

Ida Voßler

(2021)

Trendwende in der Modeindustrie – *von Fast Fashion zu Fair Fashion*

Strategien und Denkansätze für eine nachhaltige Modeindustrie unter didaktisch-methodischen Schlussfolgerungen

Information:

Der Weltbund für Erneuerung der Erziehung – Deutschsprachige Sektion e.V. erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Richtigkeit der Publikation. Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an die Autorin (E-Mail: ida.vossler@gmx.de).

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Abbildungsverzeichnis	4
Tabellenverzeichnis	5
Abkürzungsverzeichnis	6
Vorwort	7
1. Einleitung	8
2. Die heutige Modeindustrie – Fast Fashion	11
2.1 Definition	11
2.2 Entstehungsgeschichte und Ursachen.....	11
2.3 Die sozialen und ökologischen Auswirkungen der schnellen Mode.....	12
2.3.1 Ökologische Auswirkungen: Die textile (Fast Fashion) Lieferkette	12
2.3.2 Soziale Auswirkungen.....	18
3. Genereller Trend hin zur Nachhaltigkeit	21
4. Fair Fashion - Zukunft der Modeindustrie?	23
4.1 Definition, Begriffe und Synonyme	23
4.2 Die textile (Fair Fashion) Lieferkette	24
4.3 Erkennbarkeit von Fair-Fashion-Produkten.....	31
4.3.1 Öko-Tex	32
4.3.2 Der grüne Knopf	33
4.3.3 IVN zertifiziert Best	34
4.3.4 GOTS	35
4.3.5 Weitere Öko-Siegel.....	36
5. Studie.....	38
6. Zukunftsorientierte Konzepte im Bereich Fair Fashion	46
6.1 Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung	46
6.2 Modelabels mit nachhaltigen Konzepten und Vorgehensweisen	48
6.2.1 Bruno Pieters – Honest by	48
6.2.2 Reet Aus - Upcyclingmode.....	51

7. Nachhaltiger Wandel der Fast Fashion Konzerne am Bsp. H&M.....	53
8. Der Verbraucher - Möglichkeiten für einen nachhaltigen Konsum	58
9. Methodisch-didaktische Schlussfolgerungen für die Schulpädagogik	59
9.1 Einordnung in den Bildungsplan der Realschule (8.Klasse)	59
9.2 Didaktische Analyse – exemplarische Unterrichtsstunde	60
9.3 Lebensweltbezug.....	61
9.4 Differenzierungsmöglichkeiten für den (Online)-Unterricht	63
10. Zusammenfassung.....	64
11. Fazit	66
Literaturverzeichnis.....	69
Anhang	74
Genehmigung zur Veröffentlichung	125

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die textile Kette	13
Abbildung 2: Polyester: die Faser der Fast-Fashion-Industrie	14
Abbildung 3: Prinzip des Schusseintrags beim Weben.....	16
Abbildung 4: Das Verhältnis zwischen weggeworfener und recycelter Kleidung.....	18
Abbildung 5: Recyclingwege (2018)	30
Abbildung 6: Öko-Siegel Beispiele	36
Abbildung 7: Forschungsfrage 3: Kaufbarrieren nachhaltiger Mode	44
Abbildung 8: Die 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung	47
Abbildung 9: Conscious Exclusive A/W20 - eine H&M-Kollektion aus „Abfall“	56
Abbildung 10: Sustainability Highlights 2019 - H&M Group	78

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Forschungsfrage 1: Dimensionen nachhaltiger Mode	42
Tabelle 2: Forschungsfrage 2: Kauftreiber nachhaltiger Mode.....	43
Tabelle 3: Der morphologische Kasten - Fast Fashion vs. Fair Fashion	53

Abkürzungsverzeichnis

BIC	Better Cotton Initiative
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
BVSE	Bundesverband Sekundärstoffe & Entsorgung
CO ₂	Kohlenstoffdioxid
DaZ	Deutsch als Zweitsprache
DNA	Desoxyribonukleinsäure
EBS	Ersatzbrennstoffe
FTR	Fachverband Textilrecycling
GOTS	Global Organic Textile Standard
ILO	International Labour Organisation (dt. Internationale Arbeitsorganisation)
LP	Lehrperson
PCR-Recycling	Post Consumer Recycling
PET	Polyethylenterephthalat
SDG	Sustainable Development Goals
SuS	Schülerinnen und Schüler
UN	United Nations (dt. Vereinte Nationen)
WWF	Internationale Natur- und Umweltschutzorganisation
ZMET	Zaltman metaphor elicitation technique

Vorwort

Die Idee zu diesem Thema „Trendwende in der Modeindustrie - von Fast Fashion zu Fair Fashion“ entwickelte sich während eines Seminars zur Thematik „Textilien, Verbraucherbildung, Heterogenität - fachwissenschaftliche und fachdidaktische Grundlagen“. Die Themeninhalte lauteten unter anderem: Frauen in der Bekleidungsindustrie, Bündnisse für nachhaltige Textilien sowie Fast Fashion und Fair Fashion. Da die Mode in meinem Lebensinhalt eine große Bedeutung zugemessen wird und für mich sowohl Hobby als auch ein *„Ausdruck meiner Persönlichkeit“ (Melodie Michelberger)* sind, habe ich mich im Rahmen dieses Elaborats die aktuellen Themen „Mode“, „Fast Fashion“ und „Fair Fashion“ in den Fokus meiner Diskussion gesetzt.

Ziel ist es, mir selbst, als auch meinen Leserinnen und Lesern zu zeigen, wie unsere derzeitige Modeindustrie fungiert und wie sie zukünftig gestaltet kann, wenn wir *„beim Einkaufen den Verstand einschalten und (...) überlegen, was wir da gerade tun, sowohl kulturell als auch ideell“ (Thomas 2020, S. 22)*.

Die Veröffentlichung sei zugleich als Dank für Inspirationen und Ratschläge, die ich erhalten habe, zu verstehen.

Des Weiteren bin ich sehr dankbar, dass meine Mutter und Großmutter mein Interesse und meine Liebe zur Mode geweckt haben, und somit widme ich diese Schrift meiner Mutter als auch meinem Freund, die mir während der Entstehung dieses Werks jederzeit zur Seite standen und mich unterstützt und ermutigt haben, meinen Traumberuf zu erlernen.

Ich wünsche somit viel Freude beim Lesen.

Ida Voßler

Heidelberg, im Oktober 2021

1. Einleitung

Kleidung und damit auch die Fähigkeit sich zu kleiden, gehört zu den elementaren Grundbedürfnissen des Menschen. Seit Anbeginn der Menschheit spielt Kleidung eine bedeutende Rolle im alltäglichen Leben. Kleidung dient als Schutz des menschlichen Körpers vor Umwelteinflüssen, wie etwa Nässe, Kälte, Hitze, Verletzungen und nicht zuletzt vor den anmaßenden Blicken anderer Leute. Wäre dies die einzige Motivation, so könnte der Kleidung lediglich die Zweckmäßigkeit zugesprochen werden. In einigen Bereichen des menschlichen Alltags ist dem so, die Zweckmäßigkeit von Kleidung spielt die größte Rolle.¹

Ein Beispiel dafür ist die Berufsbekleidung. Hierbei geht es größtenteils um praktikable und schützende Kleidung. Die Schutzfunktion ist jedoch nicht die einzige Motivation, denn *„Kleidung betont nach dem Soziologen Pierre Bourdieu, den >>kleinen Unterschied<< und damit die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Milieu“* (Holdinghausen 2015, S.11). Zu guter Letzt soll Kleidung auch schmücken. Hierbei handelt es sich um die Bedürfnisse des Wohlbefindens, der Selbstsicherheit und des Spaßes.² Die Befriedigung dieser elementaren Bedürfnisse entscheidet über die Existenz des Menschen. Demnach geht die Nutzung von Kleidung über deren reine Zweckmäßigkeit hinaus.^{3,4}

In fast allen Fällen wird Kleidung von der Mode geprägt. Wenn auch viele Menschen der Meinung sind, sie würden sich nicht ausdrücklich über einen bestimmten Kleidungsstil definieren, erledigt dies die Gesellschaft, ohne das bewusste Wissen des Menschen selbst. Zwischen der Mode und der Zeit besteht ein besonderes Verhältnis.⁵ Denn die Mode unterliegt einem ständigen Wandel. Die Substanz der Mode wechselt in energiegeladenen zeitlichen Abschnitten. Dieser Wechsel bezieht sich nicht nur auf die Jahreszeiten, wie etwa der Übergang von Wintermode zur Sommermode, welcher noch der Zweckmäßigkeit zugesprochen werden könnte, sondern vielmehr geht es um den schnellen Wechsel der Modeinhalte. In der einen Saison sind Schlaghosen und auffallende Farben angesagt, im nächsten Moment nur noch enge Röhrenjeans und Pastelltöne.

¹ vgl. Thomas 2020, S. 12-14

² vgl. Holdinghausen 2015, S.11-12

³ vgl. Schrage 2011, S. 416-417

⁴ vgl. Thomas 2020, S. 12-14

⁵ vgl. Haberler 2012, S. 17

Der ständig beschleunigte, gesellschaftliche Wandlungsprozess wirkt sich demnach auch auf den Bereich der Mode aus. Die Welt wird immer schneller und die steigende Geschwindigkeit und Schnelllebigkeit sorgen dafür, dass die Menschen immer weniger Zeit haben, um sich auf aktuelle Modeinhalte einzustellen, bevor diese im nächsten Moment von einem neuen Inhalt abgelöst werden. Doch letzten Endes lebt die Mode von diesen Veränderungen; sie sind untrennbar miteinander verbunden. Denn ohne sie, würde es keine Mode geben. Mode hat den ständigen Wechsel als Prinzip und *„muss etwas Neues bieten, um als solche bezeichnet zu werden“* (Haberler 2012, S. 17). Ihr Einfluss ist umso größer, je öfter und schneller sich die modischen Inhalte verändern.⁶ Doch kaum ein Bereich ist trotz seiner Schnelllebigkeit so beständig wie *„der Zyklus und die faktische Macht der Mode“* (Haberler 2012, S. 18).

Der Wandel der Mode wartet jedoch nicht darauf, dass die Kleidungsstücke ausreichend getragen und verbraucht werden, bevor die alte von der neuen Mode abgelöst wird. Diesbezüglich sind die modebewussten Kleidungskonsumenten in bestimmten zeitlichen Abständen dazu angehalten, den eigenen Kleiderschrank auszumisten und mit neuen „modernen“ Kleidungsstücken auszustatten. Der Wandel und das Ablösen von Altem durch etwas Neues, stellt ein wichtiges Spezifikum der Mode dar. Folglich wandelt sich nicht nur die Mode selbst, sondern auch der Umgang mit ihr. Schon Coco Chanel sagte einst:

„Mode ist nichts, was nur in Kleidung existiert. Mode ist in der Luft, auf der Straße, Mode hat etwas mit Ideen zu tun, mit der Art wie wir leben, mit dem was passiert.“
(Coco Chanel)

Dementsprechend kann Mode auch *„als Spiegel der Gesellschaft“* betitelt werden.⁷

Die zunehmende Geschwindigkeit der Veränderungen und Erneuerungen begünstigen einige positive Entwicklungen, bringen aber auch zahlreiche negative Folgen mit sich. Einige dieser negativen Folgen sind, dass Kleidungsstücke nicht mehr langfristig gekauft, sondern durchschnittlich sieben Mal getragen und anschließend auf dem Müll entsorgt werden.⁸ Die Preise werden reduziert, damit die Konsumenten in kürzester Zeit immer mehr trendige, preisgünstige Kleidungsstücke erwerben können. Damit dies gewährleistet werden kann, expandieren die großen Modefirmen ihre Produktionsstätten ins Ausland, genauer gesagt, in die Billiglohn- oder auch Entwicklungsländer. Dort können große Mengen in kürzester Zeit produziert werden. Um die Preise jedoch weiterhin niedrig zu halten,

⁶ vgl. Holdinghausen 2015, S.13-16

⁷ vgl. Köhrer & Schaffrin 2016, S. 7

⁸ vgl. Thomas 2020, S. 12

müssen die Herstellungskosten heruntergefahren werden - billige Arbeitskräfte, Menschenrechtsverletzungen und Umweltverschmutzung sind die Folgen.⁹

Fast Fashion, zu Deutsch: „schnelle Mode“ ist ein Sammelbegriff für genau diesen Zustand der Modeindustrie. Schnellere Kollektionswechsel, billige Produktion, niedrige Verkaufspreise ohne Fokus auf Nachhaltigkeit.

Gibt es eine Möglichkeit, die Modeindustrie ökologischer und sozialer zu gestalten? Lassen sich die oben benannten Folgen von Fast Fashion reduzieren?

Die Intention dieser Arbeit ist es, herauszufinden, ob die negativen Folgen von Fast Fashion eingeschränkt werden können, indem Mode nicht nur nachhaltig produziert, sondern auch vom Verbraucher selbst nachhaltig gelebt wird. Um diese Frage beantworten zu können, wird das Konzept „Fair Fashion“ untersucht und verschiedene innovative Strategien und Denkansätze beleuchtet, welche sich mit einer fairen Modezukunft beschäftigen.

Kann Fair Fashion als Lösungsmöglichkeit funktionieren und zur „Trendwende in der Modeindustrie“ beitragen?

Ziel ist es, diese Fragen zu beantworten. Daher ist der erste Teil der Arbeit den beiden Extremen „Fast Fashion“ und „Fair Fashion“ gewidmet. Hierbei liegt das Hauptaugenmerk auf den Definitionen, Begrifflichkeiten und den Entstehungsgeschichten sowie den textilen Lieferketten. Der zweite Teil der Arbeit beinhaltet eine ZMET-Studie¹⁰ zum Thema: *„nachhaltiger Modekonsum der Generation Y“*.

Darauf folgen Beispiele für Fair-Fashion-Designer und Marken mit innovativen Designkonzepten und Lösungsansätzen, mit dem Ziel, die Modeindustrie nachhaltiger und fairer zu machen. In diesem Kontext werden einige Fair-Fashion-Textilsiegel genauer betrachtet, um dem Verbraucher eine Orientierung zu bieten, wo und wie Fair-Fashion-Produkte erkannt werden können.¹¹

Abschließend werden in dieser Arbeit methodisch-didaktische Schlussfolgerungen für die Schulpädagogik vorgestellt. Hierbei handelt es sich um Ideen zur Umsetzung des Themas im unterrichtlichen Kontext und den Integrierungsmöglichkeiten in den (Online)-Unterricht.

⁹ vgl. Thomas 2020, S. 12-15

¹⁰ ZMET = Zaltman Metaphor Elicitation Technique (Qualitative Methode der Marktforschung)

¹¹ vgl. Thomas 2020, S. 12-22

2. Die heutige Modeindustrie – Fast Fashion

2.1 Definition

Fast Fashion ist ein omnipräsentes Phänomen, immer und zu jeder Zeit anwesend. In den vergangenen Jahren hat der Ausdruck „Fast Fashion“ eine bedeutende Rolle eingenommen. Sowohl im alltäglichen Sprachgebrauch der Modeunternehmen als auch im Sprachgebrauch der Verbraucher ist er kaum wegzudenken.

Unter Fast Fashion wird ganz allgemein Kleidung verstanden, welche dem aktuellen Modetrend entspricht. Die charakteristisch bedeutenden Merkmale für Fast Fashion sind, dass diese Kleidung in kürzester Zeit produziert und in den Modegeschäften dieser Welt zu niedrigen Preisen verkauft werden. Die Fast-Fashion-Industrie wird demzufolge von drei Hauptfaktoren getrieben: Zeit, Preis und Qualität.¹²

Kleidung wird durch Fast Fashion zu einem kurzlebigen Produkt.¹³ Ziel ist es, Mode in hohen Frequenzen in die Geschäfte zu bringen. Demnach steigen nicht nur die Umsätze der Fast-Fashion-Konzerne stetig, sondern auch in perfekt positiver Korrelation dazu, der Kleidungskonsum der Verbraucher.¹⁴ Zu den Vorläufern der Fast-Fashion-Industrie gehören große Modefirmen wie zum Beispiel H&M, Zara, Mango, Primark und Topshop.¹⁵

2.2 Entstehungsgeschichte und Ursachen

Um die Entstehungsgeschichte von Fast Fashion verstehen zu können, muss zu Beginn, die erste industrielle Revolution im frühen 19. Jahrhundert betrachtet werden. Die Bezeichnung „industrielle Revolution“ steht sinnbildlich für einen raschen Wandel von Produktions- und Herstellungstechniken, sowie von wirtschaftlich-gesellschaftlichen Strukturen. Vor dieser ersten industriellen Veränderung hatte der Begriff „Mode“ noch eine ganz andere Bedeutung. Es handelte sich nicht um Massenanfertigungen in kürzester Zeit, sondern vielmehr um die gemeinschaftliche Fertigung von Kleidung. In gesellschaftlicher, ungezwungener Atmosphäre wurde gestrickt und genäht. Die schnellstmögliche Herstellung, der Vertrieb und Verkauf der Ware spielten hierbei eine sehr untergeordnete Rolle. Wichtig war, ökologisch, lokal und nachhaltig herzustellen. Ganz im Gegensatz zur heuti-

¹² vgl. Tewes, C., Buschmann, A., & Schewe, G. 2019, S. 3 zit. nach Tony-Hines 2007, S. 40

¹³ vgl. Holdinghausen 2015, S.25

¹⁴ vgl. Tewes, C., Buschmann, A., & Schewe, G. 2019, S. 3 zit. nach Nebahat-Tokatli 2008, S. 26

¹⁵ vgl. Holdinghausen 2015, S.25

gen Fast-Fashion-Industrie.¹⁶ Denn diese ist vielmehr ein „*industrialisiertes System zur Geldschöpfung*“ (Thomas 2020, S. 14).

Mit Erfindungen, wie der mechanisierten Webmaschine oder der von Dampfmaschinen angetriebenen Spinnmaschine aus dem Jahre 1765, konnten in kürzester Zeit, auf mechanische Weise, höhere Kapazitäten erreicht werden.

Auf diese erste industrielle Revolution folgte zu Beginn des 20. Jahrhunderts die zweite bedeutende industrielle Revolution. Diese war geprägt von Massenanfertigungen, welche durch Fließbänder und elektrischer Energie gewährleistet werden konnten.

Kurze Zeit später folgte dann die dritte, oder auch digitale Revolution. In den 1970er Jahren wurde die Produktion von Kleidung automatisiert, durch Elektronik und IT-Programme.¹⁷ Ende der 1980er Jahre entstand ein „*völlig neues Segment der Bekleidungsindustrie*“ (Thomas 2020, S. 15). Diese erhielt die Bezeichnung „Fast Fashion“.

Ab diesem Zeitpunkt ging es lediglich nur noch um die Herstellung von trendigen, preisgünstigen und schnellen Kleidungsstücken. Die industrielle Bekleidungsherstellung und damit die Einführung der Fließbandproduktion, ermöglichte demzufolge den massenhaften Kleiderkonsum. Während Designer und Modemarken jährlich zwei Kollektionen entwerfen, eine für den Frühling/Sommer und eine für den Herbst/Winter, werden heute die Kollektionen zum Teil alle zwei Wochen in den Läden durch neue Kollektionen ersetzt. Durch die günstigen Preise ist die aktuelle, trendige Mode für den Großteil der Bevölkerung erschwinglich und nicht mehr rein ein Konsumgut für die wohlhabende Oberschicht.¹⁸ Die veränderten Produktionsbedingungen und das veränderte Kaufverhalten der nun breiten Massen, zollen jedoch Tribut auf die im Folgenden eingegangen wird.

2.3 Die sozialen und ökologischen Auswirkungen der schnellen Mode

2.3.1 Ökologische Auswirkungen: Die textile (Fast Fashion) Lieferkette

Die textile Kette ist ein globales und komplexes Konstrukt, sowohl industriell als auch wirtschaftlich. Sie umfasst die verschiedenen Produktions- und Handlungsstufen im textilen Verarbeitungsprozess. Sie umfasst 8 Glieder, die da wären: die Textilerzeugung, die Textilveredlung, die Konfektionierung, die Verteilung, den Gebrauch und die Pflege, sowie die Verwertung und Entsorgung der Textilien (siehe

¹⁶ vgl. Thomas 2020, S. 14-16

¹⁷ vgl. Ziegler 2009, S. 1

¹⁸ vgl. Holdinghausen 2015, S.15-17

Abbildung 1).¹⁹

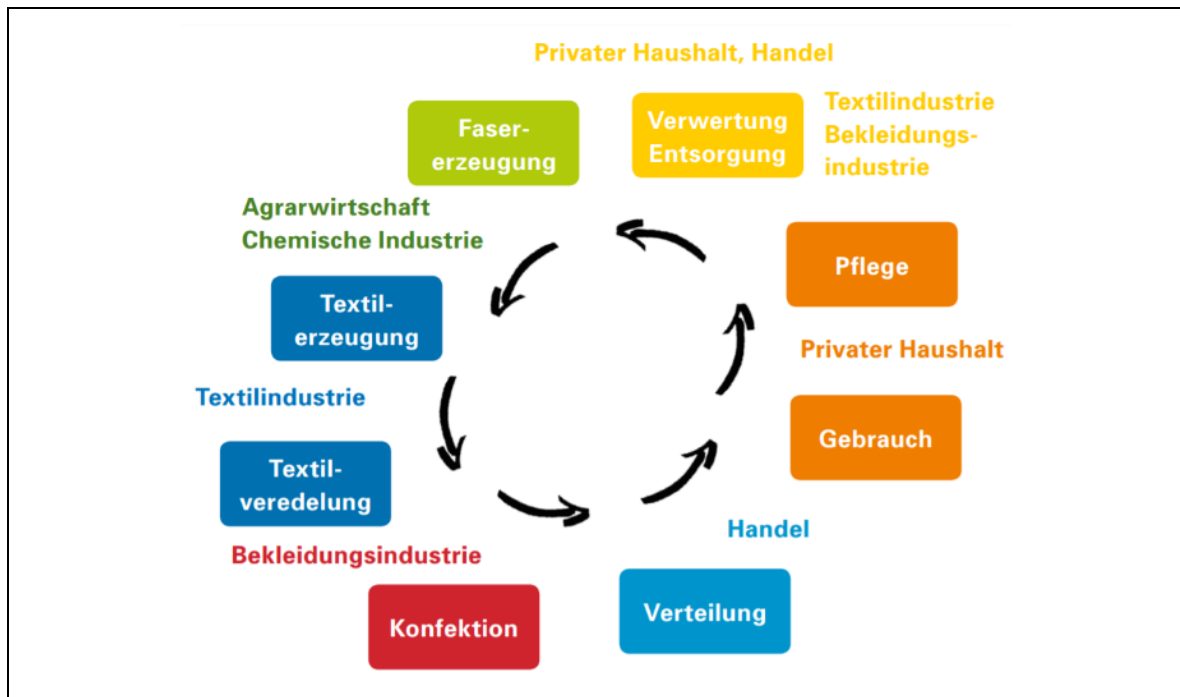


Abbildung 1: Die textile Kette²⁰

Im Folgenden werden vier ausgewählte Bereiche der „textilen Kette“ beschrieben, welche die stärksten ökologischen Auswirkungen der Fast-Fashion-Industrie demonstrieren.

Kettenglied 1: die Faserzeugung

Das erste Kettenglied bildet die Textil- oder auch Fasererzeugung. Hierbei geht es um die Rohstoffgewinnung. Die Fasern, für die Herstellung von Stoffen lassen sich in Natur- und Chemiefasern unterteilen. Für die Naturfasern liefern Pflanzen oder Tiere die benötigten Rohstoffe. Als Beispiele für die pflanzlichen Naturfasern sind Baumwolle, Leinen oder Hanf zu nennen. Schafswolle, Ziegenwolle oder Lamahaar sind typisch für die tierischen Naturfasern.²¹

Zu den chemischen bzw. synthetisch erzeugten Fasern gehören beispielsweise Nylon, Perlon und Polyester.²² Das rapide Wachstum von Fast Fashion basiert auf der Verwendung der synthetischen Kunstfasern. Gerade Polyester ist einfach und billig herzustellen.

¹⁹ vgl. Piegsa 2010, S. 3

²⁰ Schmidhuber 2017, S. 2

²¹ vgl. Paul 2008, S.2

²² vgl. Paul 2008, S.2

Abbildung 2 zeigt die Zunahme des weltweiten Faserbedarfs in Millionen Tonnen. 43,5 % des gezeigten Faserbedarfs werden für Kleidung verwendet. Die Grafik aus dem Jahre 2015 zeigt sehr anschaulich, dass der globale Faserbedarf an Polyester ab dem Beginn des Fast-Fashion-Booms (Jahr 2000) enorm ansteigt. Schätzungen zufolge wurden im Jahr 2000 mehr als 8 Millionen Tonnen Polyester für die Kleidungsherstellung verwendet. 2015 hat sich der Betrag beinahe verdreifacht. Knapp 21 Millionen Tonnen Polyester wurden 2015 verarbeitet und die Prognosen zeigen einen weiteren Anstieg des Polyester-Verbrauchs.²³

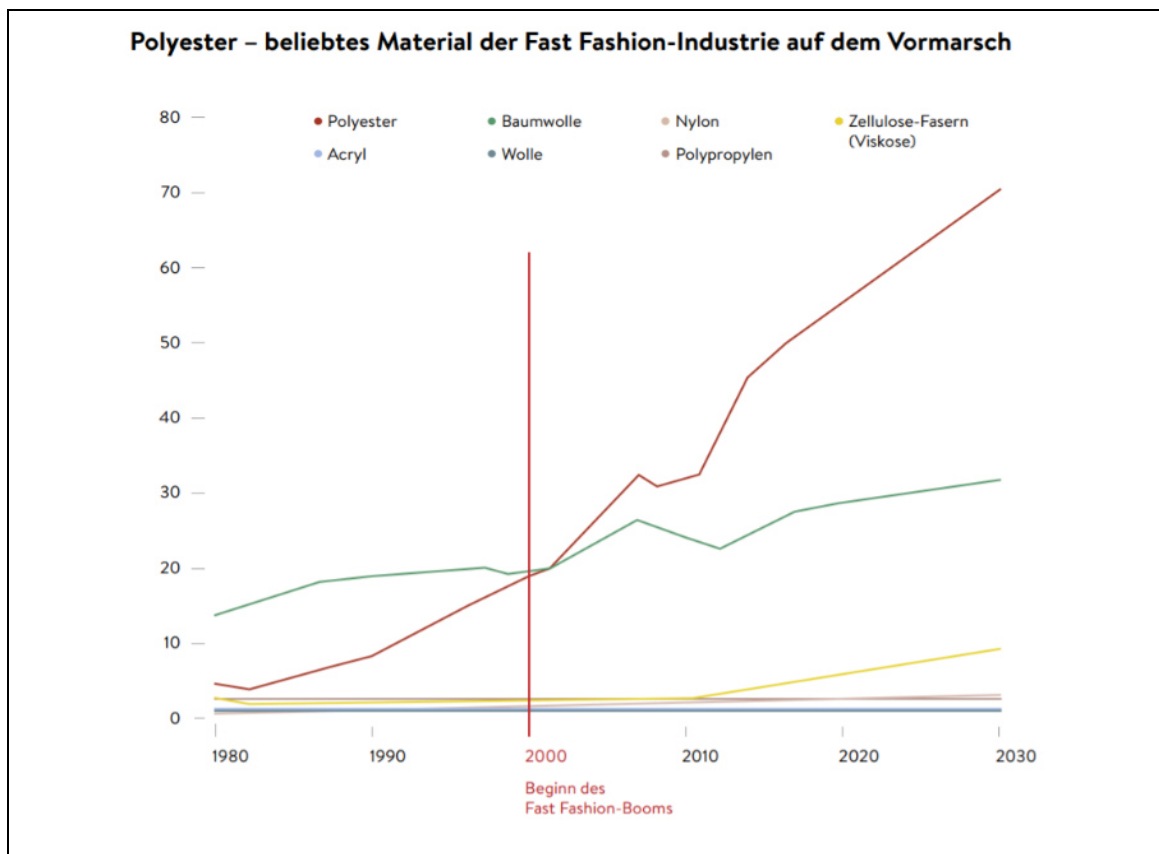


Abbildung 2: Polyester: die Faser der Fast-Fashion-Industrie²⁴

Alle synthetischen Fasern werden unter der Verwendung komplexer chemischer Verfahren hergestellt. Hierfür benötigt die Textilindustrie Rohstoffe wie Cellulose, Kohle, Erdöl oder Erdgas. Die synthetischen Chemiefasern machen weltweit mit 59% den Großteil der Faserproduktion aus. Obwohl die Herstellung synthetischer Chemiefasern lediglich 0,8% Rohöl benötigt, besteht die Problematik, dass durch die stetig wachsende Produktion an Fast-Fashion-Mode, die fossilen Ressourcen aufgebraucht sein werden. Damit die große

²³ vgl. Cobbing, M. & Vicaire, Y. 2017, S.4

²⁴ Cobbing, M. & Vicaire, Y. 2017, S.7

Menge an Kleidung für die Fast-Fashion-Industrie hergestellt werden können, werden riesige Mengen an Bodenflächen, sowie Wasser, Energie und Chemikalien benötigt.²⁵

Die Auswirkungen der Fast-Fashion-Industrie zeigen sich zum Beispiel in den Monokulturen, welche durch die steigenden Produktionen von Naturfasern zustande gekommen sind. Dies hat zur Folge, dass es vermehrt zu Bodenerosionen und der Verbreitung von Schädlingen kommt. Infolgedessen steigt der Einsatz von Düngemittel, Schädlings- und Entlaubungsbekämpfungsmitteln. 11% der weltweit verwendeten Pestizide und 24% der Insektizide werden in der Baumwollproduktion eingesetzt.²⁶

In Zahlen bedeutet dies, dass für die Herstellung eines Baumwollshirts 150 Gramm synthetisches Düngemittel gebraucht wird. Hinzu kommen 25,3 Kilowattstunden elektrische Energie und 2700 Liter Wasser.²⁷ Diese Mengen an Dünger- und Pflanzenschutzmittel sind eine von vielen Ursachen für die Boden- und Abwasserbelastung. Neben der Umwelt sind auch die Menschen in den Anbau- und Produktionsländern den Folgen ausgesetzt. Die Chemikalien im Anbau und der Produktion sind die Ursache von zahlreichen Gesundheitsschädigungen. Zum Beispiel werden für die Herstellung von der Kunstfaser Polyamid, Grundstoffe wie Caprolactam und Benzol benötigt, wobei Benzol hochgradig krebserregend ist.²⁸

Zwischen den einzelnen textilen Kettengliedern muss zusätzlich der Transport beachtet werden. Auch dieser belastet die Umwelt, wie etwa das Abwasser oder die Luft. Für den Transport zwischen den Anbaugebieten und den Industrieländern werden nicht erneuerbare Energien in großen Mengen verbraucht und verkehrsbedingte Abgase produziert.

Kettenglied 2: die Textilerzeugung

Das Kettenglied der Textilerzeugung ist dafür da, um die Fasern aufzubereiten, also zu waschen, zu kämmen und anschließend zu einem Faden zu spinnen. Nachdem aus Garnen oder Fasern Fäden gesponnen wurden, können aus diesen textile Flächengebilde gewebt, gestrickt, gehäkelt oder gewirkt werden.²⁹

Am Beispiel Weben

²⁵ vgl. Piegsa 2010, S. 12

²⁶ vgl. Thomas 2020, S. 18

²⁷ vgl. Thomas 2020, S. 18

²⁸ vgl. Piegsa 2010, S. 12

²⁹ vgl. Piegsa 2010, S. 16

Wie im vorherigen erwähnt, stellt das Weben eine mögliche Vorgehensweise dar, um aus einzelnen Fäden eine textile Fläche herzustellen. Ganz im Allgemeinen wird Weben als eine Art Verkreuzung zweier Fadensysteme bezeichnet. Diese werden im rechten Winkel zueinanderstehend miteinander verwebt. Zunächst werden die Längsfäden oder auch Kettfäden eingespannt. Mithilfe des Schützens kann der Schussfaden eingetragen werden (Prinzip des Schusseintrags siehe

Abbildung 3). Auf diese Weise können textile Gewebe sowohl per Hand als auch mechanisch erzeugt werden.

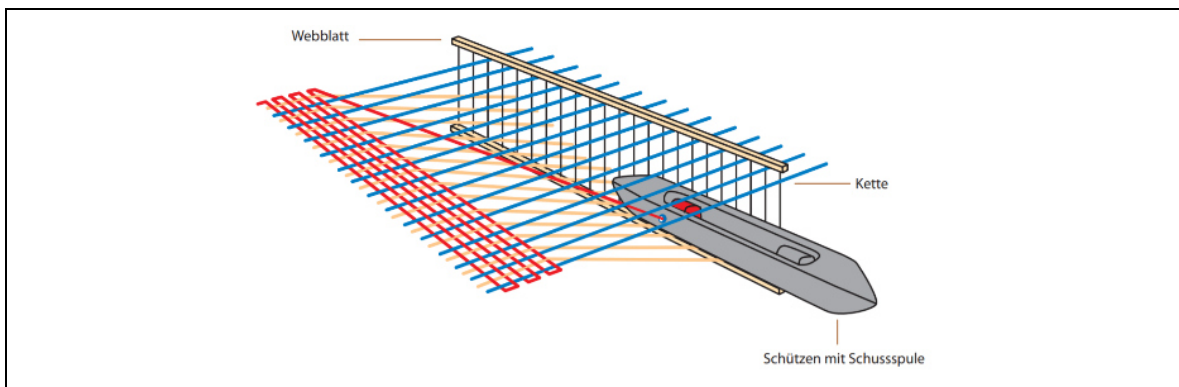


Abbildung 3: Prinzip des Schusseintrags beim Weben³⁰

Während des Webvorgangs sind insbesondere die Kettfäden hohen mechanischen Belastungen, wie etwa dem Ziehen, Biegen und Reiben ausgesetzt. Um die Widerstandsfähigkeit der Fäden zu steigern, werden Schlichtemittel eingesetzt. Damit werden abstehende Fasern verklebt und Garne insgesamt robuster und glatter gemacht. Generell wird zwischen verklebenden und glättenden Schlichtemitteln unterschieden. Die verklebenden Schlichtemittel können sowohl auf natürlicher als auch auf synthetischer Basis erzeugt werden. In der Fast-Fashion-Industrie werden sie jedoch meist auf synthetischer Basis hergestellt. Diese werden aus Polyvinylalkoholen und Polyacrylate gewonnen.³¹ Auch die glättenden Schlichtemittel werden synthetisch hergestellt, aus Wachsen und Paraffinen. Auch bei anderen flächenerzeugenden Verfahren wie dem Stricken und Wirken oder der Vliesstoffherstellung werden zahlreiche Chemikalien verwendet, um die Garne bei der Herstellung von Geweben zu schützen, zu stärken oder zu verkleben. Die Vielzahl an

³⁰ Verband der Chemischen Industrie 2007, S. 28

³¹ vgl. Piegsa 2010, S. 17

Produktionsrückständen und Chemikalien belasten sowohl die Umwelt als auch die Arbeiter in den Produktionsstätten. Haut- und Atemwegserkrankungen können die Folge sein.³²

Kettenglied 3: die Textilveredlung

Bei der Textilveredlung werden die entstandenen Stoffe gefärbt, bedruckt, imprägniert oder bügelfrei gemacht. Die Textilveredlung geschieht entweder auf mechanische Weise oder unter der Verwendung von chemischen Substanzen. Auch dieser Verarbeitungsschritt ist mit großen Mengen an Chemikalien, Energie und Wasser verbunden. Noch immer werden umstrittene Farb- und Bleichmittel eingesetzt. Die Textilindustrie steht weltweit mit einem jährlichen Verbrauch von 500.000 bis 600.000 Tonnen an chemischen Farbstoffen auf Platz eins. So stellt auch hier der hohe Bedarf an Chemikalien, Wasser und Energie, die ökologische Problematik der Fast-Fashion-Industrie dar. Die Auswirkungen auf Menschen und Umwelt sind bisher noch nicht vollumfänglich untersucht worden. Schätzungen zu Folge sind 20% der weltweiten jährlichen Wasserverschmutzungen auf die Modebranche zurückzuführen.³³

Kettenglied 8: Die Entsorgung am Beispiel der USA

Zu dem großen Verbrauch von Wasser, Chemikalien und Energie demonstriert gerade der Themenbereich der Entsorgung die Schattenseiten der Fast-Fashion-Industrie. Immer mehr Kleidung in kürzester Zeit kaufen und wieder entsorgen, das ist das Motto von Fast Fashion. Im Folgenden sollen anhand von Zahlen und Daten diese Schattenseiten beleuchtet werden. Statistisch gesehen entsorgt jeder US-Amerikaner durchschnittlich 36 Kilogramm Kleidung pro Jahr. In den letzten zwei Jahrzehnten ist die Menge an entsorgten Kleidungsstücken von 7 Millionen Tonnen auf 14 Millionen Tonnen gestiegen. Weltweit trennen sich die Kleidungskonsumenten von über 2 Milliarden Tonnen Altkleidung. Das meiste landet auf den Mülldeponien dieser Welt. 2015 berichtete die US-amerikanische Umweltschutzbehörde EPA, dass die amerikanische Gesellschaft 10,5 Millionen Tonnen Textilien im Jahr 2015 in den Müll geworfen hat, welche zum größten Teil aus synthetischen Fasern bestehen und nicht biologisch abbaubar sind. Einiges an weggeworfenen Textilien wird nach wie vor nach Afrika verschifft. Laut dem US-amerikanischen Ministeri-

³² vgl. Piegsa 2010, S. 16-18

³³ vgl. Thomas 2020, S. 17

um für Entwicklungshilfe wurden 2017 Altkleider im Wert von 274 Millionen US-Dollar nach Afrika importiert.^{34,35}

Die folgende Grafik (siehe

Abbildung 4) stellt das Verhältnis zwischen weggeworfener und recycelter Kleidung dar. Durchschnittlich werden ca. 80% der gekauften Kleidung im Restmüll entsorgt, wenn sie nicht mehr getragen wird. Diese landet anschließend auf den Müllhalten und in den Verbrennungsanlagen dieser Welt. Nur 20% der Kleidung wird in die Altkleidersammlung gegeben, wovon 2% ebenfalls im Restmüll entsorgt wird. 8% der Kleidungsstücke existieren in Second Hands weiter und die restlichen 10 % werden recycelt und weiterverwendet.³⁶

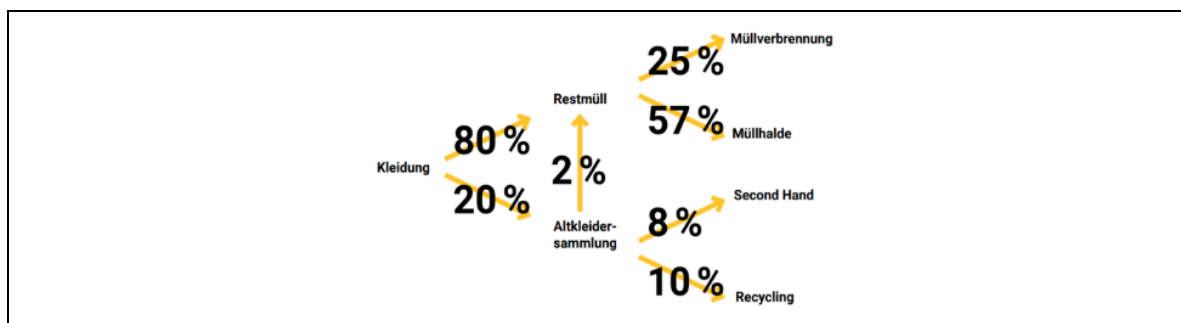


Abbildung 4: Das Verhältnis zwischen weggeworfener und recycelter Kleidung³⁷

Holdinghausen beschreibt Fast Fashion als „*Mode zum Wegwerfen*“, bei der es lediglich nur noch darum geht, die trendigsten Kleidungsstücke zum günstigsten Preis zu erwerben und nach einigen Wochen zu entsorgen.³⁸

Neben den Chemikalien, dem großen Wasserverbrauch und den Bergen an Müll sind die verursachten Treibhausgas-Emissionen eine weitere Folge der Fast-Fashion-Textilindustrie. Für die Produktion von Polyester und dessen Entsorgung werden große Mengen an klimaschädlichen Gasen wie CO₂ (Kohlenstoffdioxid) freigesetzt. Die CO₂-Emission für die Erzeugung der Fast-Fashion-Faser Polyester, ist im Vergleich zu der von Baumwolle, dreimal so hoch.³⁹ Weltweit wird von 1.200 - 1.715 Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr ausgegangen. Im Ergebnis ist das mehr als der CO₂-Ausstoß der internationalen

³⁴ vgl. Thomas 2020, S. 18

³⁵ vgl. Holdinghausen 2015, S.34-35

³⁶ vgl. Schmidt, von Wedel-Parlow & Schaffrin 2019, S.68

³⁷ Schmidt, von Wedel-Parlow & Schaffrin 2019, S.68

³⁸ vgl. Holdinghausen 2015, S.21

³⁹ vgl. Cobbing, M. & Vicaire, Y. 2017, S.4

Flüge und Seeschifffahrten zusammen.⁴⁰ Piegsa spricht dieser Art der Mode „*schwerwiegenden ökologischen Konsequenzen*“ (Piegsa 2010, S.5) für die Umwelt zu.⁴¹

2.3.2 Soziale Auswirkungen

Ergänzend zum Kapitel 2.3.1, beschäftigt sich dieser Abschnitt ganz speziell mit den sozialen Auswirkungen des Fast-Fashion-Zeitalters auf den Menschen selbst. Prof. Marsha Dickson formulierte folgende Definition für Fast Fashion:

„Für mich bedeutet Fast Fashion einfach nur Verschwendung; Verschwendung an Menschen, Materialien und Produkten, die so schnell auf Deponien landen.“ (Schmidt, S.M., von Wedel-Parlow, F., & Schaffrin, M. 2019, S.32).

Die Modeindustrie ist eine der umsatzstärksten Wirtschaftszweige der Welt. Vom Jahr 2000 bis 2015 hat sich die Anzahl der global verkauften Kleidungsstücke von 50 Milliarden, auf 100 Milliarden verdoppelt.⁴² Jedoch werden die neu erworbenen Fast-Fashion-Kleidungsstücke durchschnittlich nur sieben Mal getragen, bevor sie entsorgt werden.⁴³ Laut Prognosen soll der globale Konsum an Kleidung seit dem Jahr 2015 bis zum Jahr 2050 von ca. 60 Millionen Tonnen auf über 160 Millionen Tonnen ansteigen.⁴⁴ Um diese Mengen an Kleidung preisgünstig und schnell herzustellen, wurden mit Beginn des Fast-Fashion-Booms die Produktionen in die Billiglohn- bzw. Entwicklungsländer wie Sri Lanka verlagert. Weltweit arbeitet jeder sechste Mensch in der Bekleidungsindustrie, davon sind mehr als 80% der Beschäftigten Frauen. Zudem besteht ein hohes Risiko von Kinderarbeit, um die Kleidungsstücke noch billiger produzieren zu können.⁴⁵ Exzessive Überstunden, keine Pausen und Urlaubszeiten, sowie unregelmäßige Arbeitszeiten stehen in den meisten Fällen an der Tagesordnung. Trotz der hohen Arbeitsdauer verdienen jedoch weniger als 2% den gesetzlich festgelegten Mindestlohn. Im Produktionsland Sri Lanka lag der gesetzliche Mindestlohn vor 2016 bei 51€ pro Monat. Nach 2016 wurde der monatliche Mindestlohn auf 79€ angehoben. Selbst dieser gesetzliche Mindestlohn liegt noch weit unter dem existenzsichernden Lohn, der laut der Asia Floor Wage Alliance monatlich bei 296€ liegen müsste. Die Asia Floor Wage Alliance ist ein Zusammenschluss von Gewerkschaften, welche seit 2009 existiert. Sie setzen sich für die Einführung eines Existenzlohns im Textil- und Bekleidungssektor in ganz Asien ein.^{46,47}

⁴⁰ vgl. Ellen MacArthur Foundation 2017, S.3

⁴¹ vgl. Piegsa 2010, S. 3-7

⁴² vgl. Schmidt, von Wedel-Parlow & Schaffrin 2019, S.58

⁴³ vgl. Thomas 2020, S. 12

⁴⁴ vgl. Schmidt, von Wedel-Parlow & Schaffrin 2019, S.21

⁴⁵ vgl. Thomas 2020, S.17

⁴⁶ vgl. Burckhardt 2015, S.164

Soziale Auswirkungen am Beispiel einer Produktionsstätte in Sri Lanka

Lanka Washing ist eine Produktionsstätte in Liyanagemulla, ganz in der Nähe der Exportverarbeitungszone Katunayakevon, Sri Lanka. Diese Fabrik hat sich auf Tauchfärbungen, Pigment- und Neonfärbungen, sowie aller Arten von Denim-Waschungen mit Trockenverfahren und Tauchbleichen spezialisiert. C&A und Primark, zwei der bekanntesten Fast-Fashion-Marken lassen ihre Kleidung in dieser Fabrik bearbeiten. Der Lohn der Arbeiter*innen beträgt 119€ pro Monat mit durchschnittlich 55 Arbeitsstunden und 12 Überstunden pro Woche. Einiger Arbeiter sind bis zu 80 Stunden pro Woche beschäftigt. Nur mit Überstunden und Nachtarbeiten können sie ihre eigene Existenz und die der Familie bewahren. Die Arbeitsstunden in fast allen Produktionsfabriken in den Entwicklungsländern liegen weit über der gesetzlichen Höchstarbeitsdauer und der Lohn weit unter dem benötigten Existenzlohn. Hinzukommen unzureichende Sicherheitsvorkehrungen in den Fabriken, sowie erhöhte Leistungsanforderungen, welche direkte Auswirkungen auf die Gesundheit der Arbeiter*innen haben. Hieraus ergeben sich Langzeitfolgen wie schlechte Ernährung, Krankheiten, schlechte Qualität von Luft, Wasser und Umwelt als weitere Nebenwirkungen der Fast-Fashion-Industrie.⁴⁷ Die Leidtragenden des Fast-Fashion-Modeindustries sind letztendlich die Arbeiter*innen in den Produktionsländern, die Umwelt und die nachfolgenden Generationen, die nach Lösungen für die Berge an Müll, Tonnen an Emissionen und Chemikalien und Mikrofasern in den Ozeanen suchen müssen, welche jährlich von der Modeindustrie verursacht werden.⁴⁹

⁴⁷ vgl. Schmidt, von Wedel-Parlow & Schaffrin 2019, S.11

⁴⁸ vgl. Schmidt, von Wedel-Parlow & Schaffrin 2019, S.43

⁴⁹ vgl. Schmidt, von Wedel-Parlow & Schaffrin 2019, S.60-68

3. Genereller Trend hin zur Nachhaltigkeit

Die Modeindustrie bringt viele Schattenseiten mit sich, doch war dies nicht immer so. Früher wussten die Menschen noch, wer und wo ihre Kleidungsstücke mühevoll geschneidert und genäht wurden. Die Schneider*innen, die Näher*innen und die Verbraucher*innen wohnten in derselben Stadt und besuchten dieselben Geschäfte. Die Nähe zwischen Hersteller und Verbraucher war der Grund, warum nicht weggesehen wurde.

Viele bekannte Unternehmen wie H&M, Esprit, Tommy Hilfiger, Hugo Boss, Calvin Klein, Zara und Takko lassen nach wie vor ihre Kleidung in Fabriken der Niedriglohnländer herstellen. Brände, Billiglöhner und Kinderarbeit in den Produktionsländern sind Themen, die so weit weg vom Verbraucher selbst sind, dass keine Gedanken daran verschwendet werden, warum ein T-Shirt im Lieblingsladen nur 4 € kostet und wie dieses hergestellt wurde.⁵⁰ Jedoch gilt gleichzeitig: nur weil ein Kleidungsstück einen hohen Verkaufspreis hat, ist es nicht zwangsweise fairer produziert. Der Verkaufspreis eines Kleidungsstücks kann demnach nicht als Indikation genommen werden, wie und unter welchen Bedingungen Kleidung hergestellt wird.⁵¹ Beispielsweise kann ein Hemd von Tommy Hilfiger 139 € im Laden kosten, jedoch bleiben i.d.R. weniger als 7,50 € Lohn- und Produktionskosten in der jeweiligen Fabrik.⁵² Während in der Modeindustrie der Nachhaltigkeitsgedanke noch keine wesentliche Rolle spielt, steckt die Lebensmittelbranche bereits in einem Umbruch. Vor bereits mehr als einem Jahrzehnt wurde die Gesellschaft von der Slow Food- bzw. Naturkostbewegung angespornt. Weniger Fleisch, Bio-Gemüse und regionale Produkte spielten ab diesem Zeitpunkt eine wichtige Rolle. Die Menschen informierten sich darüber, wie und was sie essen und wie die Lebensmittelproduktion vonstattenging.⁵³ Etwas veränderte sich in der Gesellschaft und die Menschen scheinen sich seither Gedanken darüber zu machen, wie sie sich ernähren und was sie kaufen. Hygieneartikel ohne Aluminium, Duschgele ohne Mikroplastik, weniger Kunststoffverpackungen und Tüten aus nachhaltigen Stoffen sind angesagt.

Darüber hinaus sind immer mehr Verbraucher dazu bereit, mehr für Fleisch und Milch zu bezahlen, damit die regionalen Bauern genügend Geld bekommen, um einerseits die eigene Existenz sichern zu können und gleichzeitig für ein gutes Tierwohl zu sorgen. Thomas spricht von „*einer wachsenden Generation gewissenhafter Verbraucher*“ (Thomas

⁵⁰ vgl. Thomas 2020, S.21

⁵¹ vgl. Holdinghausen 2015, S.45-46

⁵² vgl. Holdinghausen 2015, S.26-27

⁵³ vgl. Thomas 2020, S.21

2020, S.21). In der Modeindustrie fand ein solcher Wandel in diesem Ausmaß bisher noch nicht statt. *„Es wird Zeit, auch beim Einkaufen [von Kleidung] den Verstand einzuschalten und zu überlegen, was wir da gerade tun“* (ebda., S.22).

4. Fair Fashion - Zukunft der Modeindustrie?

4.1 Definition, Begriffe und Synonyme

Gibt es eine Möglichkeit, solch einen Wandel, wie es die Lebensmittelindustrie erlebt hat, auch in der Modeindustrie voranzutreiben? Weg von schnelllebiger und günstiger Kleidung, hin zu innovativer, verantwortungsvoller und begehrter Mode.⁵⁴ Hier spricht man von der Bezeichnung „Fair Fashion“. Bekannte Synonyme für Fair Fashion wären auch nachhaltige Mode, ethische Mode, eco-fair Mode, Green Fashion oder Slow Fashion. All diese Bezeichnungen assoziieren Verbraucher*innen meist mit unmodischer, altmodischer und Öko-Mode. Die Anfänge von Fair Fashion liegen jedoch bereits mehr als 40 Jahre zurück. Fair Fashion hat sich im Laufe der Jahre dem heutigen Zeitgeist der Mode angepasst.

Mittlerweile sieht man es den Fair-Fashion-Produkten nicht mehr an, dass sie fair und umweltschonend hergestellt wurden. Durch zukunftsorientierte Designs und neue Fertigungstechnologien kann sich Fair-Fashion-Mode der unmodischen Vorurteile entledigen und mittlerweile durchaus als *„moderne, elegante Mode mit Sinn“* (Köhler & Schaffrin 2016, S.7) angesehen werden.

Selbst auf dem jährlichen Highlight der Modebranche, der Fashion Week, gehören die Vorreiter der „fairen Mode“ zum festen Inventar und stellen trendige Mode vor. Kleidung zu fairen und ökologisch korrekten Produktionsbedingungen, das ist das, was die neue *„Generation gewissenhafter Verbraucher“* (Thomas 2020, S.22) möchte. Fair-Fashion-Mode wird sowohl fair als auch umwelt- und ressourcenschonend, hergestellt. Keine unmenschlichen Arbeitsbedingungen, keine Kinderarbeit, keine ungeregelten Arbeitszeiten, keine Gesundheitsschädigungen, keine giftigen Chemikalien und faire Löhne für die Arbeiter*innen. Fair Fashion kann somit als Gegensatz zur Fast-Fashion-Industrie gesehen werden.^{55,56}

„Fair Fashion“ beinhaltet folgende drei Dimensionen: die ökologische Dimension, die soziale Dimension und die Dimension der Transparenz. Die ökologische und soziale Dimension meint, dass die Fair-Fashion-Produkte so hergestellt werden, dass sie weder der Umwelt noch dem Menschen schadet und im besten Falle positive Auswirkungen auf sie hat.⁵⁷

⁵⁴ vgl. Köhler & Schaffrin 2016, S.7

⁵⁵ vgl. Thomas 2020, S.22

⁵⁶ vgl. Burckhardt 2015, S. 204

⁵⁷ vgl. Köhler & Schaffrin 2016, S.7

Die Dimension der Transparenz spielt die dritte wichtige Rolle im Fair-Fashion-Konzept und ist die Voraussetzung für bewusstes und reflektiertes Einkaufen. Die Fair-Fashion-Marken legen großen Wert darauf, den Kunden alle wichtigen Informationen über die Ware zu liefern.⁵⁸ Es geht um Herstellungs-, Material- und Preistransparenz, damit der Konsument Kaufentscheidungen bewusster treffen kann.⁵⁹

4.2 Die textile (Fair Fashion) Lieferkette

Das Thema Nachhaltigkeit ist eine vielschichtige und komplexe Angelegenheit und bezieht sich auf sämtliche Kapitel im Produktionszyklus. Bei der Herstellung eines Baumwollpullovers reicht sie vom Anbau der Baumwolle bis hin zur Pflege und Entsorgung.⁶⁰ Firmen und Modelabels, welche sich der Fair-Fashion-Mode annehmen, müssen sich an ganz bestimmte Richtlinien halten, um als Fair-Fashion-Marke zugelassen zu werden. Die nachweisliche Erfüllung der Richtlinien wird mit sogenannten „Fair-Fashion-Siegeln“ gekennzeichnet und ermöglicht es dem Verbraucher nachzuvollziehen, wie das Produkt hergestellt wurde. Diese werden im nachfolgenden Unterkapitel 4.3 erläutert.

Grundlagen für eine Fair-Fashion-Marke sind Produkte aus biologischem Anbau von beispielsweise Baumwolle oder Flachs. Es dürfen keine Gifte und mineralischen Düngemittel eingesetzt werden. Außerdem legen die Richtlinien besonderen Wert auf ressourcenschonende Herstellung. Bei der Herstellung von Kunstfasern wie Viskose gelten ebenfalls besondere Richtlinien, die vorgeben, dass das Holz für Viskose aus Wäldern stammen, die nachhaltig bewirtschaftet werden. Der Einsatz von Polyester und Chemikalien in großen Mengen sind strengstens verboten, genau wie ein hoher Verbrauch an Wasser und Energie. Einige dieser Fair-Fashion-Siegel schreiben sogar vor, dass Polyester lediglich aus Recyclingmaterial hergestellt werden darf.⁶¹ Die Produktionszyklen der beiden Extreme Fast- und Fair Fashion unterscheiden sich maßgeblich in den Inhalten der verschiedenen Kettenglieder der textilen Lieferkette. Um die Vergleichbarkeit der beiden Lieferketten zu gewährleisten, werden im Folgenden die gleichen Kettenglieder beschrieben, wie es auch im Kapitel 2.3.1 (Beschreibung der Fast-Fashion-Lieferkette) der Fall ist.

⁵⁸ vgl. Holdinghausen 2015, S.49-50

⁵⁹ vgl. Köhrer & Schaffrin 2016, S.26

⁶⁰ vgl. Köhrer & Schaffrin 2016, S.7-8

⁶¹ vgl. Holdinghausen 2015, S.173

Kettenglied 1: die Faserzeugung am Beispiel von Baumwolle und PCR- Recycling

Baumwolle

Der ökologische Baumwollanbau ist einer der bekanntesten Alternativen hin zu einer nachhaltigen Zukunft im Kleidungssektor. Strenge Richtlinien sorgen dafür, dass die Zusammenarbeit zwischen Bauern und Abnehmer verbessert wird, indem die Bauern Abnahmegarantien für ihre Ernte erhalten und damit das Hauptaugenmerk auf der Qualität und nicht auf der Quantität liegt. Der ökologische Baumwollanbau zeichnet sich auch durch seine Fruchtfolge aus, denn die Baumwolle wird nicht wie bei dem konventionellen Baumwollanbau in Monokulturen angelegt. Ein regelmäßiger Wechsel der Nutzpflanzen wird beim ökologischen Anbau gewährleistet. Die Biobauern verwenden lediglich unverändertes Saatgut und achten darauf, dass Schädlingsbekämpfungsmittel und Dünger rein biologisch-organischer Natur sind. Auf die Verwendung von Chemikalien, wie Kunstdünger und Pestiziden, wird vollständig verzichtet. Da die Ernte manuell erfolgt, werden ebenfalls keine Entlaubungsmittel für die Erntemaschinen verbraucht. Die Richtlinien geben den ökologischen Bauern einen Grenzwert für Abwasserreinigung und Abluftreinigung vor, sowie für die Staub- und Lärmgrenze. So kann ressourcenschonend und umweltfreundlich angebaut werden. Neben den ökologischen Bedingungen wird auch auf die sozialen Bedingungen geachtet, wie etwa der faire Preis und die Abnahmekonditionen. Es existiert ein Arbeitsschutz für die Arbeiter*innen sowie ein strenges Verbot von Kinderarbeit.⁶²

PCR- Recycling (Post Consumer Recycling)

In Europa fallen 40% des verarbeiteten Kunststoffes auf Verpackungen zurück. Einwegverpackungen, die nach dem Gebrauch entsorgt und weggeschmissen werden, stellen eine ansteigende Problematik für die Umwelt dar. Diese Verpackungen können jedoch als eine wertvolle Ressource gesehen werden, die es nur noch zu nutzen gilt. Firmen wie „NGR - Plastic Recycling Technologies“ widmen sich dem Thema Kunststoffrecycling, ganz im Sinne einer nachhaltigen Kunststoffverwertung. Über schonende Materialbehandlungen kann der Energieverbrauch reduziert werden und die Einweg-Kunststoffe finden ihren Weg zurück in den Kreislauf der Materialien.⁶³ Die PCR-Produkte sind eine nachhaltige Alternative zu den fossilen Energieträgern, die bisher in der Bekleidungsindustrie verwendet werden. Die Kunststoffabfälle der Verbraucher als Energielieferanten sind eine unend-

⁶² vgl. Piegsa 2010, S. 7

⁶³ vgl. NGR 2020 – Homepage

liche Ressource, welche den Verbrauch von Erdöl reduzieren könnte. Somit wird weniger Energie verbraucht und die Müllproduktion deutlich reduziert.

Laut des amerikanischen Prüfungsgerichts SCS - Oakland Kalifornien könnten mit den PCR-Fasern jährlich mehr als 240.000 Tonnen Kunststoff, 375.000 Tonnen Emissionen und 650.000 Millionen Barell Erdöl (1 Barell entspricht 159 Liter) eingespart werden.⁶⁴ Auch die recycelten PET-Flaschen könnten in der Faser- und Textilindustrie einen ökologischen Vorteil bewirken. Gerade im Sport- und Outdoorbereich werden die recycelten PET-Flaschen verwendet, um Fasern herzustellen, die eine gleichbleibende Faserqualität, wie neugewonnene Polyester mit sich bringen. Die ökologischen Vorteile könnten gerade in der Herstellung von Fleece nützlich sein. Hierfür werden die PET-Flaschen gewaschen, getrocknet und zerkleinert. Die im Zerkleinerungsschritt entstandenen PET-Chips werden anschließend eingeschmolzen und schließlich wieder zu neuen Fasern versponnen.⁶⁵

Kettenglied 2: die Textilerzeugung

Wie im vorherigen Abschnitt 2.3.1 (Lieferkette Fast Fashion – Textilerzeugung) bereits beschrieben, werden textile Flächen aus Garnen und Fasern hergestellt. Die Fast-Fashion-Industrie setzt zahlreiche Chemikalien, beispielsweise Schlichtemittel ein, um die Garne bei der Verarbeitung zu schützen und zu stärken. Die ökologische Alternative, ganz im Sinne von Fair Fashion, setzt auf natürliche Schlichtemittel. Die verklebenden Schlichtemittel, werden aus Stärke und Cellulosederivaten gewonnen und die glättenden Schlichtemittel aus natürlichen Fetten und Ölen, wie beispielsweise aus Rindertalg, Wachse und Fischöle. So können die Fasern und Garne beim Weben, Stricken und Wirken geschützt und widerstandfähiger gemacht werden, ohne dabei umweltschädliche Chemikalien wie Paraffine und Polyacrylate einzusetzen.⁶⁶

Kettenglied 3: die Textilveredlung

Auch in der Textilveredlung gewinnen die ressourcenschonenden und umweltfreundlichen Aspekte an Bedeutung. Neue Entwicklungen wie etwa die Enzymtechnologie, die Inkjet-Drucktechnik, die Niedertemperaturtechniken und die fotokatalytischen Reinigungsverfahren ermöglichen Schritte in Richtung einer ökologischeren Modeindustrie, in der weniger Wasser, Energie und Chemikalien beansprucht werden. Im Folgenden werden die vier

⁶⁴ vgl. Piegsa 2010, S. 14

⁶⁵ vgl. Piegsa 2010, S. 14

⁶⁶ vgl. Piegsa 2010, S. 16-17

genannten ökologischen Verfahren genauer erläutert. Diese stehen repräsentativ für viele neue, umweltfreundlichere Verfahren im Bereich der Textilveredlung.⁶⁷

Die Enzymtechnologie

Wie alle Proteine, bestehen auch Enzyme aus Aminosäuren, welche aneinandergereiht vorkommen. Diese Enzyme spielen eine wertvolle Rolle in der ökologischen Textilveredlung. Sie können als Biokatalysatoren eingesetzt werden. Demzufolge werden sowohl Energie als auch Rohstoffe eingespart. Die Enzyme lassen sich am Ende auch biologisch abbauen.

Die Enzymtechnologie findet ihren Einsatz weitestgehend in den Vorbehandlungsverfahren, wie der Vorwäsche von Wollgeweben und der Veredlung von Baumwolle. Zusätzlich kann diese Technologie als Wasch- und Reinigungsmittel fungieren. Es handelt sich hierbei um eine ökologische, ressourcenschonende und umweltschonende Alternative zu den zahlreichen Chemikalien in der konventionellen Textilveredlung.⁶⁸

Die Inkjet-Drucktechnik

Unter der Inkjet-Drucktechnik wird eine weitere ökologische Entwicklung verstanden, welche sich auf digitale Drucktechniken spezialisiert hat. Das Bedrucken von Textilien erfolgt wasserfrei und wird von einem Computersystem gesteuert. Der Prozess des Aufsprühens der Farbe benötigt keine Druckformen, keine aufwendig eingerichteten Druckmaschinen und spart eine große Menge an Zeit, Wasser, Energie, sowie Materialien und Drucker-schablonen. Damit die Farbe hochwertig und langanhaltend ist, werden die Materialien vorher mit Ammoniumsulfat, Harnstoff oder Verdickungsmittel vorbehandelt und anschließend mit Dampf fixiert.⁶⁹

Die Niedertemperaturtechniken

Um den Heizölverbrauch so gering wie möglich zu halten, nutzen Fair-Fashion-Hersteller Heizungsanlagen mit der Niedertemperaturtechnik. Hierbei werden bis zu einem Drittel Heizöl und 50% Schadstoffemissionen reduziert. Die herkömmlichen Heizungsanlagen, die für die Textilveredlung verwendet werden, haben eine durchgehende Temperatur von 90°C, welche mit viel Energie und Heizöl aufrechterhalten werden muss. Die neuen Anlagen richten ihre Betriebstemperatur nach dem Wärmebedarf, welcher zwischen 40 bis

⁶⁷ vgl. Piegsa 2010, S. 45

⁶⁸ vgl. Piegsa 2010, S. 45

⁶⁹ vgl. Piegsa 2010, S. 49

75°C liegt. Die alten Ölheizungen nutzen lediglich 62% effektiv, während 18% als Oberflächenverluste, 15% als Abgasverluste und 5% als Abkühlungsverluste zu werten sind. Im Vergleich dazu, sind die neuen Niedertemperaturölheizungen fähig, mehr als 90% der aufgebrachten Energie auch effektiv zu nutzen.⁷⁰

Das fotokatalytische Reinigungsverfahren

Gerade bei der herkömmlichen Textileinigung wird die Umwelt einer großen Menge Chemikalien ausgesetzt. Zusätzlich bedeutet Textilreinigung in der Fast-Fashion-Industrie auch einen hohen Verbrauch an Energie. Die abwasserreinigende, ökologische Alternative bricht die umweltbelastenden Abwasserinhaltsstoffe auf und kann diese im optimalen Falle sogar vollständig zu Wasser und dem weniger gefährlichen Kohlendioxid umwandeln. Das fotokatalytische Reinigungsverfahren ist in seiner vollständigen Ausreifung in der Lage, die Abwässer vor der Abgabe an das kommunalen Wassernetz umfassend zu reinigen und kann auch zur Reinigung anderer geeigneter Prozessabwässer eingesetzt werden.⁷¹

Kettenglied 8: die Entsorgung

Als Folge der gestiegenen Nachfrage nach günstigen, schnelllebigen Kleidungsstücken wurden bzw. werden nach wie vor Unmengen an Müll und Alttextilien produziert. Laut der neuen BVSE⁷²-Alttextilstudie sind die Mengen an gesammelten Alttextilien in Deutschland bedeutend gestiegen. Im Jahr 2015 lag der Wert des tatsächlichen Sammelaufkommens von Alttextilien bei 1,18 Millionen Tonnen. 2018 waren es bereits 1,27 Millionen Tonnen.⁷³

2015 lag das deutsche Sammeleinkommen von Alttextilien noch bei 14,37 kg pro Einwohner, 2018 bereits bei 15,31 kg pro Einwohner im Jahr. Dementsprechend steigt das Sammelaufkommen pro Einwohner jährlich um ca. 300 g, was einem durchschnittlichen, jährlichen Anstieg von 2,2 % entspricht. Basierend auf einem jährlichen, linearen Anstieg von 2,2% ergibt sich laut Statistischem Bundesamt ein jährliches Pro-Kopf-Sammelaufkommen von 17,52 kg für das Jahr 2025.

Ein größerer Kleiderkonsum bedeutet also auch eine größere Menge an Altkleidung. Gerade an diesem Punkt bringt das Fair-Fashion-Konzept vielversprechende Lösungsansätze mit sich. Nachhaltigkeit endet nicht beim Kauf eines Kleidungsstückes, sondern geht

⁷⁰ vgl. Piegsa 2010, S. 49

⁷¹ vgl. Piegsa 2010, S. 49

⁷² BVSE = Bundesverband Sekundärrohstoffe & Entsorgung

⁷³ vgl. Forbrig, Fischer & Heinz 2020, S.10-12

darüber hinaus. Beim Thema „Entsorgung“ als letztes Kettenglied der textilen Lieferkette kann im Sinne von Fair Fashion auch nachhaltig und umweltfreundlich gehandelt werden. Gebrauchte Kleidungsstücke, die noch tragbar sind, müssen nicht in den Restmüll oder auf Verbrennungsanlagen. Die Lösung für dieses Problem nennt sich Recycling.⁷⁴

Die Bezeichnung „Recycling“ bedeutet, dass etwas Gebrauchtes aus ökologischen und ökonomischen Gründen wieder in den Kreislauf zurückgeführt wird. In Bezug auf die Kleidung meint Recycling, dass Kleidungsstücke nach dem Gebrauch in einer anderen oder gleichbleibenden Form wieder in den Textilkreislauf gelangen und so weiterverwendet werden. Mit Recycling als Fair-Fashion-Entsorgungsmöglichkeit können große Mengen an Wasser, Energie und zahlreiche Ressourcen eingespart werden, die anfallen würden, wenn man stattdessen neue Produkte herstellen würde.⁷⁵ Der Fachverband für Textilrecycling (FTR), als Teil des Dachverbands BVSE, führte im Jahr 2015 und 2020 Studien zum Thema „Bedarf, Konsum, Wiederverwendung und Verwertung von Bekleidung und Textilien in Deutschland“ durch. Die Studie aus 2015 beleuchtet das Jahr 2013, während sich die neuste Studie aus 2020 mit dem Jahr 2018 beschäftigt.⁷⁶

Auf Basis der BVSE-Alttextilstudie 2020 werden im weiteren Verlauf dieses Kapitels die verschiedenen Recyclingwege genauer beleuchtet. Ziel ist es an dieser Stelle, einen Überblick zu geben, wie der Verbraucher auch nach dem Nutzen der Kleidung fair handeln kann. Grundsätzlich gibt es drei Arten von Recycling: Zwei Arten von Wiederverwendung und die sogenannte Verwertung. Abbildung 5 zeigt die prozentuale Verteilung dieser Fair-Fashion-Recyclingmöglichkeiten.

⁷⁴ vgl. Forbrig, Fischer & Heinz 2020, S.10-12

⁷⁵ vgl. Piegsa 2010, S. 42-43

⁷⁶ vgl. Forbrig, Fischer & Heinz 2020, S.10-12

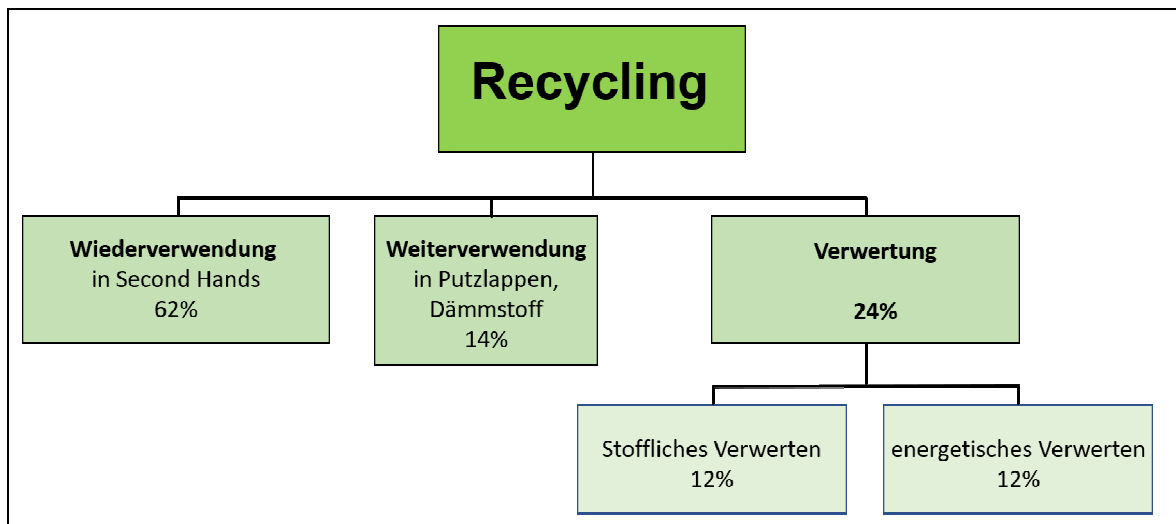


Abbildung 5: Recyclingwege (2018)^{77,78}

Wiederverwendung

Die BVSE-Alttextilstudie 2020 zeigt, dass sich viele Verbraucher nach und nach dessen bewusstwerden, welche Folgen die Fast-Fashion-Lieferkette für die Umwelt hat. Die Wiederverwendungsquote von Alttextilien in Deutschland liegt im Jahr 2018 bei 62% und ist somit im Vergleich zu 2013 um 8% gestiegen. In Zahlen macht dies 810.000 Tonnen aus. „Wiederverwerten“ oder „Wiederverwendung“ bedeutet in diesem Sinne, dass 62% der gebrauchten und dennoch gutenhaltene Kleidung in Second-Hands weiterlebt (siehe Abbildung 5).⁷⁹

Weiterverwendung

Eignet sich ein Kleidungsstück nicht mehr zum Verkauf in einem Second-Hand-Shop, so kann es bspw. als Putzlappen oder als Dämmstoff weiter im Verwendungskreislauf bleiben.

Verwertung

Neben dem Wieder- und Weiterverwenden ist die Verwertung eine weitere Möglichkeit, Textilien ökologisch und ökonomisch zu entsorgen. Ein Beispiel ist die Umwandlung von textilen Abfällen in Ersatzbrennstoffe (EBS). Die Nutzung des Abfalls steht bei der sogenannten „**energetischen Verwertung**“ an erster Stelle. Hierbei werden die EBS als Alternative zu den herkömmlichen fossilen Brennstoffen genutzt. Mithilfe mechanischer Aufbe-

⁷⁷ eigene Zusammenstellung nach vgl. Piegsa 2010, S. 42

⁷⁸ eigene Zusammenstellung nach vgl. Forbrig, Fischer & Heinz 2020, S.22-24

⁷⁹ vgl. Forbrig, Fischer & Heinz 2020, S.22-24

reinigungsschritte können die Abfallstoffe in qualitativ höherwertige Brennstoffe überführt werden, mit dem Vorteil eines höheren Heizwertes und geringerem Schadstoffgehalt. Solche Ersatzbrennstoffe werden größtenteils in der Zement-, Kalk- und Braunkohleindustrie eingesetzt und zusammen mit konventionellen Brennstoffen verwertet. Damit die Umwelt bei solchen Verfahren geschützt werden kann, muss jedes dieser Verwertungswerke einen Rauchgasreiniger besitzen, um sämtlich entstehenden Schadstoffe zu beseitigen.^{80,81}

Neben der energetischen Verwertung gibt es die **thermische Verwertung**. Hierbei handelt es sich um eine reine Müllverbrennung von Abfällen. Das Hauptziel ist hier die Beseitigung des Schadstoffmaterials „Müll“ und das Erzeugen von Wärme für die Fernwärmeversorgung und Stromerzeugung.⁸²

Als dritte Verwertungsart ist die **stoffliche Verwertung** zu nennen. Dabei steht die Nutzung der stofflichen Eigenschaften von textilen Abfällen im Vordergrund. Die stoffliche Verwertung steht für die Erzeugung von Sekundärstoffen. Als ein Hyponym der stofflichen Verwertung ist die werkstoffliche Verwertung zu nennen.

Bei der werkstofflichen Verwertung werden die textilen Abfälle als Wertstoffe für neue Produkte verwendet. Hierbei bleiben die chemischen Bindungen weitestgehend unverändert. Altpapier, Kartonagen und Altglas eignen sich besonders gut für die werkstoffliche Verwertung. Aus ihnen werden neue Produkte hergestellt, wie etwa Recyclingpapier, Neuglas und Kunststoffgranulate. Gerade beim werkstofflichen Verwerten, oder auch wertstofflichen Recycling können enorme Ressourcen eingespart werden. Die Verwendung von Sekundärstoffen in der Industrie, erzeugt durch stoffliche Verwertungsmaßnahmen, können sowohl den fossilen Ressourcenbedarf als auch den Treibhauseffekt reduzieren.⁸³

4.3 Erkennbarkeit von Fair-Fashion-Produkten

Die Voraussetzung, dass die Vorzüge einer nachhaltigeren textilen Kette genutzt werden können ist, dass nachhaltige Kleidung auch bewusst konsumiert werden kann. Hierfür muss die nachhaltige Kleidung auch als solche erkennbar sein. Diese Transparenz, Offenheit und Übersichtlichkeit sollen über die verschiedenen Siegel gewährleistet werden und dem Kunden Informationen über Anbau Art, Produktionsort, Materialzusammenset-

⁸⁰ vgl. Piegsa 2010, S. 42-44

⁸¹ vgl. Forbrig, Fischer & Heinz 2020, S.28

⁸² vgl. Piegsa 2010, S. 42-44

⁸³ vgl. Fricke, Bahr, Thiel und Kugelstadt 2008, S.1-3

zung, Preiskalkulation und Arbeitsbedingungen geben. Das Ziel dieser Ökosiegel ist es, die fair produzierten ökologischen Produkte zu erkennen.⁸⁴

Es gibt eine große Bandbreite an Siegeln von sehr fairen und ökologischen Siegeln, die sowohl auf Gesundheits-, soziale- und umweltfreundliche Kriterien achten, bis hin zu völlig inhaltsleeren Industriesiegeln, die nur sogenanntes „Greenwashing“ betreiben.

Damit eine Firma eines der fairen und ökologischen „Fair-Fashion-Siegel“ verwenden darf, wird die Wertschöpfungskette überprüft. Bei den inhaltsleeren Siegeln müssen, wenn überhaupt, nur einzelne Kriterien eingehalten werden. Daher ist es für den Verbraucher nahezu unmöglich, den Überblick zu behalten, welche Produkte in den Regalen und an den Kleiderstangen wirklich nachhaltig sind. Aus diesem Grund werden in Folgendem einige ausgewählte Nachhaltigkeits-Siegel genauer betrachtet.⁸⁵

4.3.1 Öko-Tex

Das „Öko-Tex“-Siegel ist einer der ältesten, bekanntesten und häufigsten Siegel, die es in den Geschäften für den Verbraucher zu finden gibt. Das Siegel besteht aus einem grünen Halbkreis mit einer Blume, welche aus einer gelben Welt besteht und Blütenblätter, die einer Masche ähneln.⁸⁶ Hinzu kommen der Schriftzug: „textiles Vertrauen“ und „Schadstoffgeprüfte Textilien“ (siehe

Abbildung 6). Das Siegel kam 1992 auf den Markt und wird seither an Labels vergeben, welche die Standards und Kriterien des Siegels erfüllen. Seit seiner Markteinführung steigen die Vergabebzahlen nahezu exponentiell an. 2015 wurde das Siegel ca. 160.000 Mal vergeben.⁸⁷ Das Ökosiegel selbst ist in drei Abstufungen eingeteilt. Die erste Abstufung nennt sich „**Öko-Tex Standard 100**“ und steht für Schadstoffarmut bzw. eine Garantie für die biologische Verarbeitung der Materialien. Zusätzlich steht es für das Verbot von gefährlichen Substanzen und Azofarbstoffen, welche zu den synthetischen Farbstoffen gehören. „**Öko-Tex Standard 1000**“ ist eine Zusatzqualifikation zum „Öko-Tex 100“ und überprüft darüber hinaus die Produktionsbedingungen und die Sicherheit an den Arbeitsplätzen der Arbeiter*innen. Hinzu kommen strengen Richtlinien, die besagen, dass auch Kinderarbeit strengstens verboten ist und die nationalen Gesetze eingehalten werden müssen. Die dritte Abstufung des Siegels ist eine Kombination aus den ersten beiden. Dieses ist unter dem Namen „**Öko-Tex 100plus**“ bekannt und kann dann vergeben werden, wenn alle Kriterien von Öko-Tex 100 und Öko-Tex Standard 1000 eingehalten wer-

⁸⁴ vgl. Piegsa 2010, S.53

⁸⁵ vgl. Holdinghausen 2015, S.174-175

⁸⁶ vgl. Holdinghausen 2015, S.175

⁸⁷ vgl. Schmidhuber 2017, S. 12

den und obendrein die Human- und Produktionsökologie mitbeachtet wird. Die gesamte Produktionskette muss den Qualitätsanforderungen des Öko-Tex Standard 1000 entsprechen. Das 100plus Siegel ist das nachhaltigste dieser drei Siegel.⁸⁸

Die Kritik an diesem Siegel ist jedoch, dass lediglich die fertigen Textilien überprüft werden und somit in den Fabriken und Herstellungsprozessen Schadstoffe wie Chlorbleiche, Pestizide und Schwermetalle erlaubt sind. Voraussetzung für deren Einsatz ist einzig, dass die Textilien vor dem Verkauf oft genug gewaschen und gereinigt werden. Dies bedeutet allerdings auch, dass die Schadstoffe aus der Herstellung, trotz Siegel am Textil, in die Umwelt gelangen und somit Abwasser und Luft verunreinigt werden. Richtlinien bezüglich eines kontrollierten biologischen Anbaus existieren nicht. Es handelt sich demzufolge lediglich um eine Endproduktprüfung und ein Verbraucherschutzsiegel.^{89,90}

4.3.2 Der grüne Knopf

Der „grüne Knopf“ ist ein neues staatlich geprüftes Siegel im Bereich der nachhaltigen Textilien. September 2019 wurde das Siegel gegründet, mit der Unterstützung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ). Seit 2020 tragen nun mehr als 50 Unternehmen den „grünen Knopf“ auf ihren Textilien. Weitere 100 Unternehmen wurden 2020 überprüft, sowohl im Inland als auch im Ausland.⁹¹

Produkte, die das Siegel des grünen Knopfes tragen, achten bei der Herstellung und Produktion auf 26 ökologischen und sozialen Kriterien, sowie 20 Unternehmenskriterien. Der grüne Knopf prüft die Erfüllungen und Einhaltung der festgelegten Standards. Die gesamte textile Lieferkette ist bisher noch nicht vollständig abgedeckt. Das Siegel setzt in der textilen Lieferkette erst nach der Textilerzeugung, bei der Textilveredelung (Kettenglied 3 von 8) an. In der Textilveredelung müssen sich ab dann sowohl das Unternehmen selbst als auch die Produktionsschritte Nähen, Zuschneiden, Färben, Bleichen und Imprägnieren einer unabhängigen Prüfung unterziehen.⁹²

Zu den 26 ökologischen und sozialen einzuhaltenden Kriterien gehören unter anderem das Verbot für den Einsatz schädlicher und gefährlicher Chemikalien und festgelegte, verbindliche Grenzwerte für den Einsatz von Schwermetallen. Es sollen lediglich schadstoffgeprüfte Chemikalien verwendet werden, welche die Auswirkungen auf Menschen und Umwelt verringern und nachhaltig beschafft werden können. Hinzu kommt der Aspekt der

⁸⁸ vgl. Piegsa 2010, S.59

⁸⁹ vgl. Piegsa 2010, S.56

⁹⁰ vgl. Holdinghausen 2015, S.175

⁹¹ vgl. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung 2020

⁹² vgl. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung 2020

biologischen Abbaubarkeit, welcher sich unter anderem auf Tenside und Weichmacher bezieht. Für das Abwasser wurden bestimmte Grenzwerte festgelegt, welche vom Unternehmen nicht überschritten werden dürfen. Dieser Grenzwert bezieht sich auf Schadstoffgehalt, den pH-Wert und die Temperatur des Abwasser. Auch die Luftverschmutzung und der CO₂-Ausstoß werden in den oben genannten Produktionsschritten gründlich überprüft. Für das erste Kettenglied der textilen Kette existieren ebenfalls genaue Regeln, die besagen, dass ausschließlich Naturfaser aus ökologischem Anbau verwendet werden dürfen und der Einsatz von Pestiziden untersagt ist. Regelmäßige Prüfungen sollen dies gewährleisten.⁹³

Zu den sozialen Kriterien gehören beispielsweise das Verbot für Kinderarbeit und Zwangsarbeit, außerdem das Verbot von Diskriminierung und Belästigung am Arbeitsplatz. Demütigungen und Unterdrückungen, einschließlich physischer und verbaler Gewalt, sowie sexuelle Belästigung und Missbrauch werden strengstens überprüft. Gleiches gilt auch für die Zahlung von Mindestlöhnen und unrechtmäßige Überstunden. Die Unternehmen mit dem grünen Knopf gewährleisten damit auch den Arbeitsschutz und die Arbeitssicherheit in allen Produktionsstätten. Die Unternehmen, die den grünen Knopf verwenden dürfen, bekennen sich zu ihren verantwortungsvollen Einkaufspraktiken, internationalen Standards und zu ihrer Verantwortung in der textilen Lieferkette und werden alle 3 Jahre neu überprüft. Regelmäßige, unangekündigte Stichproben sollen die Einhaltung gewährleisten. Einige bekannte Unternehmen wie Aldi, Bonprix, Hessnatur, Kaufland, Lidl, Tchibo, Trigema, Mey und Vaude führen bereits textile Artikel mit dem grünen Knopf. Das Siegel wird entweder auf dem Produkt selbst angebracht oder kann auf dem Etikett gefunden werden.⁹⁴

4.3.3 IVN zertifiziert Best

Das Siegel „IVN zertifiziert Best“ wurde vom internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft (IVN) vor über 20 Jahren ins Leben gerufen (Gründung: 1999) und gehört zu den strengsten Siegeln in der Textilbranche. Grundsätzlich existieren zwei Siegel, eins für das Themengebiet Kleidung und eines für Lederware. Das Siegel für Kleidung wird lediglich an Kleidungsstücke vergeben, die aus 100% Naturfasern hergestellt wurden und aus kontrolliertem biologischem Anbau stammen. Synthetische Fasern sollten weitestgehend vermieden werden. In genehmigten Ausnahmefällen können synthetische Fasern bis zu 5% eingesetzt werden. Färbemittel sind jedoch lückenlos untersagt.^{95,96}

⁹³ vgl. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung 2020

⁹⁴ vgl. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung 2020

⁹⁵ vgl. Holdinghausen 2015, S. 176

Auch das Thema Mindestlöhne und die sozialen Auflagen werden streng überwacht und geben sehr hohe Standards vor. Das Siegel basiert auf dem ILO⁹⁷-Kernabkommen, welches vorgibt, dass eine Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen bestehen muss. Zusätzlich bestehen hohe Standards, die Zwangsarbeit, Kinderarbeit und Diskriminierung von Beschäftigten strengstens verbieten.⁹⁸ Auch die Minimierung von Abfällen und Einsparung von Ressourcen und der Umwelt- und Gesundheitsschutz, sowie die ökologische und faire Entsorgung spielt bei diesem Siegel eine wichtige Rolle. Firmen müssen ihre Transportmittel offenlegen und regelmäßig dokumentieren, damit diese nachvollzogen werden können. Die sehr hohen Anforderungen, die das Siegel voraussetzen, können von Firmen und Fabriken kaum erfüllt werden. Dies ist auch der Grund, warum sehr wenige Kleidungsstücke das IVN zertifiziert Best Siegel tragen. Es gehört bislang zu den Siegeln mit den höchsten Ansprüchen, welche sich auf die gesamte Lieferkette beziehen.⁹⁹

4.3.4 GOTS

Seit dem Jahr 2002 existiert die standardisierte Alternative zum „IVN zertifiziert Best“-Siegel mit dem Namen „GOTS“¹⁰⁰. Auch dieses Siegel bringt hohe Anforderungen mit sich, die jedoch einfacher zu erfüllen sind, als die strengen Standards des IVN-Siegels. Das GOTS-Siegel wurde von Vertretern des internationalen Verbands der Naturtextilwirtschaft e.V. erarbeitet und dient als Siegel für soziale und ökologische Mindeststandards.¹⁰¹ Im Gegensatz zum IVN dürfen beim GOTS 90% Naturfaser und bis zu 10% synthetische Fasern bzw. Viskose verwendet werden. 70% der Fasern müssen aus einem biologisch kontrollierten Anbau sein. Auch die Tierhaltung muss den vorgegebenen Standards entsprechen, wie etwa genügend Platz, Auslauf und Futter, sowie helle Ställe.¹⁰²

Ein weiterer Aspekt, der das GOTS- und das IVN-Siegel voneinander unterscheidet, ist der erlaubte Einsatz von bestimmten festgelegten Schwermetallen, wie beispielsweise Kupfer oder Eisen. Der Einsatz von Angorawolle ist ausnahmslos verboten, sowie der Einsatz von PVC. Lediglich Accessoires dürfen aus Polyester bestehen, solange diese aus recyceltem Polyester hergestellt wurden. Firmen und Fabriken, die das GOTS-Siegel erwerben möchten, müssen sich an die genannten Regeln halten und zusätzlich eine funktionstüchtige Kläranlage vorweisen. Neben den ökologischen Aspekten, spielen auch

⁹⁶ vgl. Verbraucherzentrale Bundesverband 2020

⁹⁷ ILO = Internationale Arbeitsorganisation (engl. International Labour Organization)

⁹⁸ vgl. Verbraucherzentrale Bundesverband 2020

⁹⁹ vgl. Holdinghausen 2015, S. 176-178

¹⁰⁰ GOTS = Global Organic Textile Standards

¹⁰¹ vgl. Piegsa 2010, S.55

¹⁰² vgl. Holdinghausen 2015, S. 177

die sozialen Aspekte eine zentrale Rolle. Desgleichen müssen bestimmte soziale Mindeststandards eingehalten werden, wie etwa der Arbeiterschutz, faire und angemessene Bezahlung, welche sich entweder an dem gesetzlichen Mindestlohn oder dem Lohnstandards der Industrie orientieren.¹⁰³

4.3.5 Weitere Öko-Siegel

Neben dem Öko-Tex-Siegel, dem grünen Knopf, dem IVN- und dem GOTS-Siegel existieren noch zahlreiche andere Siegel, welche dem Verbraucher Informationen über die textile Kette und deren Produktionsbedingungen geben sollen. Bekannte Siegel in der Textilbranche sind Folgende, welche in dieser Arbeit nicht weiter thematisiert werden, da sie den Umfang der Arbeit überschreiten würden: Bluesign, Fair Wear Foundation, Fairtrade Cotton, Cotton made in Africa, der blaue Engel, Fairtrade, Naturland, World Fair Trade Organisation und Cradle-to-Cradle.¹⁰⁴ Die Logos der genannten Siegel, sind in

Abbildung 6 dargestellt.



Abbildung 6: Öko-Siegel Beispiele¹⁰⁵

Ob ein Siegel jedoch sehr bekannt ist oder weniger verbreitet, gibt keine Auskunft darüber, wie gut das Siegel ist. Bekanntheit bedeutet nicht automatisch eine höhere Qualität

¹⁰³ vgl. Piegsa 2010, S.55

¹⁰³ vgl. Holdinghausen 2015, S. 177

¹⁰⁴ vgl. Verbraucherzentrale Bundesverband 2020

¹⁰⁵ eigene Zusammenstellung nach vgl. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung 2020

des Siegels (siehe **4.3.1. Öko-Tex**). Gerade die unbekannten Siegel verfolgen meist strengere Auflagen und Anforderungen, welche nicht von der breiten Masse der Unternehmen vollständig erfüllt werden können.¹⁰⁶

Das Problem mit den Siegeln ist, dass es mittlerweile unzählige auf dem Markt gibt und es dem Verbraucher nahezu unmöglich ist, den gesamten Siegelmarkt überblicken und verstehen zu können. Organisationen wie beispielsweise die Kampagne für Saubere Kleidung oder Greenpeace bewerten die Siegel, um dem Konsumenten einen Überblick zu verschaffen, auf welche Siegel geachtet werden kann und muss, wenn im Sinne von Fair Fashion eingekauft werden möchte. Jedoch sollte es dem Verbraucher bewusst sein, dass jeder Siegelratgeber unterschiedlichen Bewertungskriterien unterliegt und auch hier nicht immer eine Übereinstimmung herrscht.¹⁰⁷

Aus diesem Grund hat das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (GIZ) eine App namens „Siegelklarheit“ entwickelt. Diese kostenlose App stellt dem Verbraucher konsolidierte Informationen für viele Umwelt- und Sozialsiegel zur Verfügung, welche nach den Kriterien Glaubwürdigkeit, Umweltfreundlichkeit und Sozialverträglichkeit bewertet wurden. Die Vergleiche und Bewertungen der Siegel stützen sich auf die Anforderungen der Bundesregierung. Neben einer Suchfunktion über die Eingabe des Siegelnamens, bietet die App auch eine Scanfunktion an.¹⁰⁸

¹⁰⁶ vgl. Piegsa 2010, S.54

¹⁰⁷ vgl. Holdinghausen 2015, S. 174

¹⁰⁸ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung 2021

5. Studie¹⁰⁹

Trotz zahlreicher Fair-Fashion-Siegel und Kampagnen von fairen Modelabels, konnte sich Fair Fashion bisher noch nicht vollständig in der Gesellschaft und Modeindustrie behaupten. Die Autoren Yildiz, Herrmann, Friedrich und Baumgarth erarbeite 2014 *„eine adaptierte ZMET-Studie zum nachhaltigen Modekonsum der Generation Y“* (Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.6), welche im November 2015 veröffentlicht wurde.¹¹⁰

Die Studie untersuchte die „Generation Y“ um herauszufinden, warum diese genannte Generation nicht nachhaltig kauft. Mit Nachhaltigkeit, Fair Fashion bzw. Slow Fashion wird in dieser Studie *„der effiziente, konsistente und suffiziente Umgang mit der „Mode“ gemeint. Neben biologisch angebauten Rohstoffen spielen Recycling, Entschleunigung, Regionalität, Internalisierung der Kosten, Langlebigkeit und bewusster Konsum eine Rolle“* (Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.6).

Trotz der vorhandenen Medienpräsenz über die enormen negativen Umweltauswirkungen und der schlechten Produktionsbedingungen in den Dritte Welt Ländern, wirkt sich das bisher nicht auf den Modekonsum aus. Durch die Medienpräsenz wird zwar ein gewisses Bewusstsein bzgl. Nachhaltigkeit bei den Verbrauchern geschaffen, dieses wird aber bisher nicht aktiv bei den Kaufentscheidungen eingesetzt.

Ziel dieser Studie ist es, ein Verständnis über das Konsumverhalten der „Generation Y“ zu erlangen, um damit langfristig eine Veränderung des menschlichen Konsumverhaltes bewirken zu können. Da der Konsum je nach Verbrauchergruppe variiert, wurde im Rahmen der Studie die bereits genannte „Generation Y“ ausgewählt.

Alle Menschen, die zwischen 1981 und 1996 geboren wurden, gehören zur Generation Y. Sie waren zur Zeit der Durchführung im Jahre 2014 zwischen 18 und 33 alt. Sie alle leben in einer Gesellschaft, welche von der Individualisierung des Konsumverhaltens geprägt ist. Sie haben viel Freizeit, mehr als die vorherige Generation X und legen einen besonderen Wert auf Kleidung. Sie alle gaben an, dass sie einen größeren Wert auf erlebnisorientierten und weniger auf einen rationalen Konsum legen. Dies könnte dadurch erklärt werden, dass das Elternhaus später verlassen wurde und damit auch die Familiengründung später stattfinden sollte, als es in den vorherigen Generationen der Fall war. Die Jugendphase war demzufolge wesentlich länger und das Hauptaugenmerk lag auf der Freude,

¹⁰⁹ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015

¹¹⁰ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.6

dem Spaß und der Lust; ganz im Sinne eines hedonistischen Konsums. Die Generation Y waren zur Zeit der Untersuchung Berufseinsteiger, finanziell unabhängig und meist noch kinderlos. Die Generation Y wurde zum Zeitpunkt der Studie bereits auf ihre Berufswahl, auf die Arbeitgeberattraktivität und die Digitalisierung befragt, jedoch noch nicht zum Thema „nachhaltiger Modekonsum“. Das Bestreben der Studie lag darin, die Assoziationen und die Kaufentscheidungstreiber und die Kaufentscheidungsbarrieren hinsichtlich nachhaltiger Mode zu ermitteln. Hierbei wurde die adaptive Zeltman Metaphor Elicitation Technique, kurz ZMET angewandt, um die unbewussten Gedanken und Gefühle der Konsumenten hinsichtlich eines nachhaltigen Modekonsums zu analysieren.

Die ZMET stellt ein projektives Verfahren dar, mit welchem unbewusste Gefühle, Motivationen, Überzeugungen und persönliche Einstellungen aufgedeckt werden können und sozial erwünschte Antworten reduziert werden. Ziel ist es, die inneren Konstrukte und mentalen Modelle eines Probanden erklären zu können.¹¹¹ Hierbei wurden zwischen April und Juni 2014 sechs weibliche und fünf männliche Probanden ausgewählt, welche aus dem Raum Berlin und Hamburg stammen und der Generation Y entsprechen, bzw. zwischen 1980 und 1990 geboren wurden. Zu Beginn wurden die Probanden gebeten, 10-15 Bilder zu sammeln, die sie mit dem Thema Nachhaltigkeit verbinden. Dafür hatte jeder Studienteilnehmer sieben bis zehn Tage Zeit. Die Bilder konnten aus Magazinen, Zeitschriften oder aus dem Internet stammen. Auch selbst geschossene Bilder durften ausgewählt werden. Insgesamt wurden 135 Bilder zum Thema Nachhaltigkeit gesammelt. 25 Bilder zeigten Upcycling-Möglichkeiten, 22 Stück die Logos verschiedener Fair-Fashion-Siegel und auf 21 Bilder wurden Kleidungsstücke abgebildet. 18 Abbildungen von Modelabels und 14 mitgebrachte Fotografien der Probanden zeigten die negativen Folgen der Fast-Fashion-Industrie, sowie 8 Stück Second-Hand Shops. Die restlichen 27 Bilder wurden unter „Sonstiges“ kategorisiert, da sie verschiedene Themen wiedergeben, wie zum Beispiel Rohstoffe, Chemikalien und die Natur.¹¹²

Folgende Fragen wurden hierbei in den Mittelpunkt der Untersuchung gestellt:

Frage 1 lautete: *„Was assoziiert die Generation Y mit Nachhaltigkeit im Modekontext?“* (Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.8). Die zweite Frage beschäftigte sich damit, was der Generation Y bei der eigenen Kaufentscheidung in Bezug auf Mode

¹¹¹ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.13

¹¹² vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.18f

wichtig ist. Und die dritte zentrale Frage thematisiert die Kaufentscheidungstreiber und -barrieren hinsichtlich der nachhaltigen Mode.¹¹³

Die ZMET-Studie von Zaltman und Coulter beinhaltet 14 Schritte. Hierbei werden zahlreiche Interviews mit den Probanden durchgeführt, welche alle mittels Computer unterstützt und aufgenommen werden. Die Studie, von der dieses Kapitel handelt, bezieht sich lediglich auf 9 von 14 Schritten, um zum erwünschten Ergebnis zu gelangen. Im Folgenden werden die einzelnen Schritte der Studie erläutert.

1. Storytelling (dt. Geschichten erzählen)

Im ersten Schritt war die Aufgabe der Probanden, ihre mitgebrachten Bilder zum Thema Nachhaltigkeit zu erklären. Die meisten Probanden haben sich im Voraus bereits Gedanken über die Bilder gemacht und sich Erklärungen und Argumente zurechtgelegt.¹¹⁴

2. Missing images (dt. Fehlendes Bild)

In der zweiten Phase wurden die Teilnehmer zu der Vollständigkeit ihrer Bilder befragt. Zehn der elf Teilnehmer waren der Ansicht, dass ihre Bildersammlung vollständig war und es kein Bild gab, was sie noch gerne ergänzen würden, um ihre Assoziation zu Nachhaltigkeit noch zu ergänzen. Nur einer der elf Probanden hätte gerne ein weiteres Bild mitgebracht, welches von dem Teilnehmer selbst als „zu schockierend“ beurteilt wurde.¹¹⁵

3. Sorting (dt. Sortieren)

Beim Sortieren ging es darum, dass die Probanden die Bilder in sinnhafte Kategorien zusammenfügen sollten. Jede einzelne Kategorie sollte anschließend eine Überschrift erhalten. Mit dieser Aufgabe konnten erste Abstraktionsebenen erreicht werden.¹¹⁶

4. Construct Elicitation (dt. Konturierung)

Bei diesem Schritt wurden dem Probanden drei zufällig ausgewählte Bilder vorgelegt. Dieser musste die Bilder in Beziehung zueinander setzen. Das Ziel war es, dass der Teilnehmer die Ähnlichkeit zweier Bilder erkennt, erklärt und vom dritten Bild unterscheidet.¹¹⁷

¹¹³ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.8

¹¹⁴ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.19

¹¹⁵ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.19

¹¹⁶ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.19

¹¹⁷ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.20

5. Most Representative Image (dt. Repräsentativstes Bild)

Hierbei sollte der Proband das Bild auswählen, welches das Thema „Nachhaltigkeit“ am besten repräsentieren würde. Einige Teilnehmer entschieden sich schnell für ein finales Bild, andere hingegen ließen sich Zeit zum Nachdenken. Eine kleine Gruppe zögerte lange und wählte bis zu drei Bilder aus.¹¹⁸

6. Opposite Image (dt. Gegenteiliges Bild)

Bei dieser Aufgabe wurde das Vorgehen bereits nach dem ersten Probanden verändert, da die Frage nach dem gegenteiligen Bild nicht korrekt verstanden wurde und Irritationen hervorrief. Dieser Schritt wurde verändert und der Proband musste schließlich das Bild auswählen, welches er am wenigsten mit Nachhaltigkeit assoziiert.¹¹⁹

7. Senory Images (dt. Sensorische Bilder)

Die Probanden sollten hier die Bilder mit allen Sinnen wahrnehmen und ihre Assoziationen auf die Bilder projizieren. Diese Aufgabe erweist sich als schwierig, da sie von den Teilnehmern als sehr abstrakt eingestuft wurde. Es fiel den meisten Probanden schwer, sich mit den restlichen Sinnen (Geschmackssinn, Tastsinn, Geruchssinn und Hörsinn) auf die Bilder einzulassen.¹²⁰

8. Summary Image (dt. Bilderzusammenfassung)

Die Bilderfassung beinhaltet die Aufgabe, die mitgebrachten Bilder in einer Collage darzustellen. Die Abbildungen sollten so zusammengesetzt werden, dass sie die Gedanken und Meinungen hinsichtlich nachhaltiger Fair-Fashion-Mode ausdrücken.¹²¹

9. Consensus Map (dt. Konsenskarte)

Dieser letzte Schritt wurde nicht mit den Probanden durchgeführt, sondern hierbei ging es lediglich um die Übereinstimmungen der Interviews. Auf diesem Weg konnten die verschiedenen Probandenantworten miteinander verglichen werden. Ziel war es, die Häufigkeiten der Antworten zu analysieren.¹²²

¹¹⁸ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.20

¹¹⁹ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.20

¹²⁰ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.20

¹²¹ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.20

¹²² vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.20

Ergebnis der ersten Forschungsfrage

Die einzelnen Interviewinhalte wurden zu Konzepten zusammengefasst und kategorisiert. Denkprozesse, Argumentationen und Motivationen der Probanden wurden miteinander verbunden und in Beziehung gesetzt. Somit konnten verschiedenste Konzepte erstellt werden. Ein entstandenes Konstrukt ist das „Einstellungs-Verhaltens-Defizit“. Dieses Konstrukt basiert auf Aussagen der Probanden, wie zum Beispiel:

„Also, ich glaube, dass es einfach etwas total Menschliches ist, wenn einem irgendwas auf dem Silbertablett dargeboten wird, was halt billig ist, das auch zu konsumieren, obwohl man weiß, dass es halt nicht unter guten Arbeitsbedingungen quasi hergestellt wurde.“ (Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.21)

Insgesamt konnten so 55 ausschlaggebende Konstrukte aufgedeckt werden.

Mit der ersten Forschungsfrage, was die Generation Y unter Nachhaltigkeit im Sinne von Mode verstünde, konnten die Ideen, Gedanken und Antworten der Probanden in neun Dimensionen eingeteilt werden. Anzahl „n“ steht hierbei für die Anzahl der Übereinstimmungen mit den Antworten der Probanden.

Fair Trade (n=7)	regionale Herstellung (n=7)	langlebige Kleidung (n=6)
Recycling (n=9)	Bio und reduzierte Produktion und Konsumption (n=7)	Tierschutz (n=4)
Second Hand/Vintage/Flohmärkte (n=7)	Selbstgemachtes (n=6)	Multifunktionalität (n=4)

Tabelle 1: Forschungsfrage 1: Dimensionen nachhaltiger Mode¹²³

All diese Dimensionen werden vom Verbraucher der Generation Y als wichtig erachtet im Sinne eines nachhaltigen Modekonsums. Eine eindeutige hierarchische Anordnung der Dimensionen konnte mit der Studie nicht festgelegt werden.¹²⁴

¹²³ vgl. Yıldiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.20

¹²⁴ vgl. Yıldiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.20

Ergebnis der zweiten Forschungsfrage

Die zweite Forschungsfrage widmete sich dem Konsumverhalten der Generation Y und den Kauftreibern für einen nachhaltigen Konsum. Als Ergebnis der Studie sind drei zentrale Kauftreiber für nachhaltige Mode zu nennen:

Ein gutes Gefühl (n=10)	Ein gutes Gewissen (n=7)	Empathie für Menschen und Umwelt (n=6)
----------------------------	-----------------------------	---

Tabelle 2: Forschungsfrage 2: Kauftreiber nachhaltiger Mode¹²⁵

Ergebnis der dritten Forschungsfrage

Die Kaufbarrieren, die den Käufer vom Kauf nachhaltiger, fairer Mode abhält sind Aspekte wie etwa das *„Misstrauen gegenüber den Siegeln und den Unternehmen (n=11)“* (Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.21) und der Glaube, dass faire, nachhaltige Mode teurer ist als konventionelle Mode (n=8). Zehn der elf Probanden sprachen vom oben genannten „Einstellungs-Verhaltens-Defizit“.

Dies meint, dass die Generation Y zwar eine faire, nachhaltige Einstellung zum Thema Mode besitzt, jedoch nicht nachhaltig lebt und handelt. Auch Aspekte wie die Distanz zu den Produktions- und Herstellungsländern (n=6) und die Annahme, dass der Verbraucher rational entscheidet, welche Kleidung er kauft und welche nicht, wurden mehrfach genannt. Dies bezieht sich auch auf den Preis der Ware und fällt unter den Gesichtspunkt „Rationalität“ (n=6). Aspekte wie die Wissenslücke und das fehlende Interesse am Thema Nachhaltigkeit wird von fünf Teilnehmern als Barriere genannt. Hinzu kommen die *„Wahrnehmung der limitierten Verfügbarkeit“*, die Unwissenheit darüber, wo faire Kleidung zu finden und kaufen ist. Abbildung 7 fasst nochmal alle Kaufbarrieren zusammen.¹²⁶

¹²⁵ vgl. Yıldiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.20

¹²⁶ vgl. Yıldiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.21

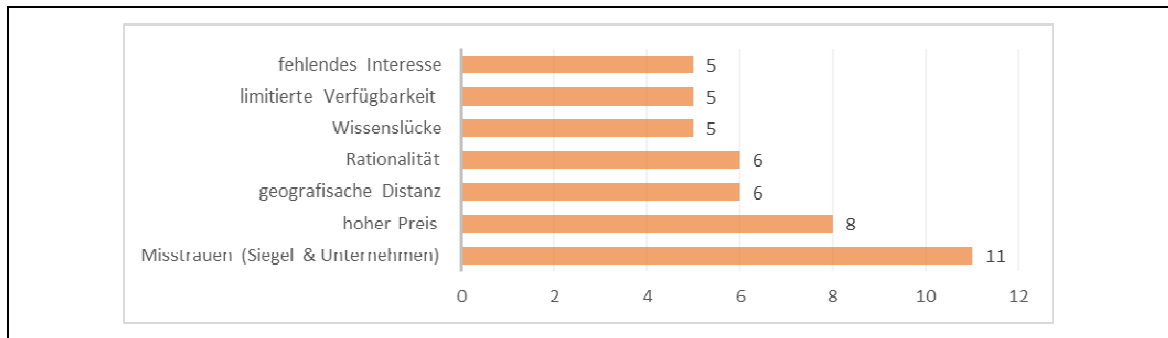


Abbildung 7: Forschungsfrage 3: Kaufbarrieren nachhaltiger Mode¹²⁷

Weitere Forschungsergebnisse

Kriterien für eine Kaufentscheidung

Mit der Studie konnte ebenfalls verdeutlicht werden, dass speziell die Generation Y nicht weiß, wie nachhaltig konsumiert werden kann. Die Probanden erklären im Laufe der Interviews, dass das Angebot an nachhaltiger, fairer Mode kaum ersichtlich gemacht wird und in den Geschäften wenig vertreten ist. Nachhaltige Mode wird von zehn der elf Teilnehmer als „*nice-to-have*“-Produkt betitelt. Der Punkt „Nachhaltigkeit“ spielt bei keinem der 11 Probanden eine entscheidende Rolle beim Kauf von Kleidung, vielmehr die Aspekte: Preis (n=11), Aussehen (n=9), Qualität (n=5), Langlebigkeit (n=4) und Passform (n=4)¹²⁸.

Einflussreiche Akteure im Hinblick auf eine nachhaltige Modezukunft

Neben den verschiedenen Dimensionen und dem Konsumentenverhalten, spielte in dieser Studie auch die Konsumwahrnehmung der Generation Y eine Rolle. Diese Rubrik bezieht sich auf den Glauben der Generation Y, welche Akteure aus ihrer Sicht einen Einfluss auf die Modeindustrie und im Speziellen auf die nachhaltige Mode haben. Die Probanden sehen eine wichtige Rolle in der Politik (n=9), in den Medien (n=8), in den Unternehmen (n=11) und ganz besonders in den Konsumenten selbst (n=10). Gerade bei den Unternehmen äußern alle Probanden großes Misstrauen, da sie der Ansicht sind, die Firmen seien lediglich auf einen hohen Umsatz und Gewinnziele aus. Dem Konsumenten selbst wird ebenfalls von allen Probanden eine entscheidende Rolle zugewiesen, jedoch verfüge dieser über zu wenig Wissen hinsichtlich einer fairen und nachhaltigen Modezukunft.¹²⁹

¹²⁷ eigene Zusammenstellung nach vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.21

¹²⁸ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.21-22

¹²⁹ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.22

Was wünscht sich die Generation Y?

Mehr als die Hälfte der Befragten (n=8) sprechen den Medien einen großen Einfluss zu und würden sich eine häufigere Berichterstattung über das Thema Fast Fashion und Fair Fashion wünschen. Die Politik sollte klarere Richtlinien und Regeln aufsetzen, gerade im Hinblick auf Siegel und Grenzwerte. Diese sollen dem Konsumenten eine Orientierung bieten und somit das Kaufverhalten positiv beeinflussen und leiten. Mehrfach erwähnt wird das Thema Transparenz der textilen Kette. Nachhaltigkeit und Fair Fashion sollte aus Sicht der Generation Y zugänglicher gemacht werden (Weiterführung des Themas „Transparenz“: siehe Abschnitt **6.2.1**).¹³⁰

Ein weiterer Gedanke wurde im Rahmen der Studie genannt, welcher eine nachhaltigere Modezukunft bedingen soll. Das Thema Nachhaltigkeit soll ein fester und auch zentraler Bestandteil des Unterrichts an Schulen werden, um das Verständnis der nachfolgenden Generation(en) in eine nachhaltige und faire Richtung zu lenken.¹³¹

Die Intention der Studie war es, die Generation Y im Hinblick auf deren Konsumverhalten, Gedanken und Bindungen zu nachhaltiger Mode besser zu verstehen. Dies konnte durch die, an das qualitative ZMET-Verfahren angelehnte, Studie ermöglicht werden.

Eine Ausweitung dieser Studie auf die Nachfolge-Generation Z wird als interessanter nächster Schritt erachtet.¹³²

¹³⁰ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.22

¹³¹ vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.22

¹³² vgl. Yildiz, Herrmann-Linß, Friedrich & Baumgarth 2015, S.24-26

6. Zukunftsorientierte Konzepte im Bereich Fair Fashion

6.1 Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung

Das Thema „Nachhaltigkeit“ nimmt in der Politik seit längerem einen wichtigen Bestandteil der Diskussionen ein. Im Jahr 2015, genauer gesagt am 25. September, wurde auf dem UN-Weltgipfel für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen die alte Millenniumserklärung vom 9. September 2000 abgelöst und durch eine neue transformierte und universelle Strategie ersetzt. Mit den „Sustainable Development Goals (SDG)“ wurden 17 konkrete Ziele für eine nachhaltige Entwicklung formuliert.¹³³ Die neue Agenda nennt sich die „Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“ und trat am 1. Januar 2016 in Kraft. Diese Agenda stellt einen Aktionsplan für den Planeten, den Menschen und den Wohlstand dar. In kooperativer Partnerschaft aller 193 Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen und aller Interessenträger sollen die Ziele bis 2030 umgesetzt werden.¹³⁴

Auszug aus der Generalversammlung der Vereinten Nationen:

„Wir sind entschlossen, die kühnen und transformativen Schritte zu unternehmen, die dringend notwendig sind, um die Welt auf den Pfad der Nachhaltigkeit und der Widerstandsfähigkeit zu bringen. Wir versprechen, auf dieser gemeinsamen Reise, die wir heute antreten, niemanden zurückzulassen (...) [Die Ziele] sind darauf gerichtet, die Menschenrechte für alle zu verwirklichen und Geschlechtergleichstellung und die Selbstbestimmung aller Frauen und Mädchen zu erreichen. Sie sind integriert und unteilbar und tragen in ausgewogener Weise den drei Dimensionen der nachhaltigen Entwicklung Rechnung: der wirtschaftlichen, der sozialen und der ökologischen Dimension.“ (Generalversammlung der Vereinten Nationen 2015, S.1)

Ziel der teilnehmenden Staaten ist es, die Agenda umzusetzen und damit die heutige und die kommende Generation zu schützen und zu einer nachhaltigen Zukunft zu leiten. Zusätzlich sollen der Frieden und die Freiheit gefestigt und die Armut beseitigt werden.^{135, 136}

¹³³ vgl. Generalversammlung der Vereinten Nationen 2015, S.1-3

¹³⁴ vgl. Schmidhuber 2017, S.16-17

¹³⁵ vgl. Generalversammlung der Vereinten Nationen 2015, S.6-9

¹³⁶ vgl. Schmidhuber 2017, S.16

17 Ziele der „Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“

Abbildung 8 zeigt eine Übersicht aller 17 formulierten Ziele, die im Folgenden kurz umrissen werden.



Abbildung 8: Die 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung¹³⁷

Das erste Ziel widmet sich dem Thema Armut. Diese soll in allen Formen und überall auf der Welt beendet werden. Das zweite Ziel bezieht sich auf die Beendigung des Hungers auf der Welt und dass eine Ernährungssicherheit, eine bessere Ernährung und eine nachhaltige Landwirtschaft gefördert werden soll. Ziel 3 spricht sich für ein gesundes Leben und die Gewährleistung von Wohlergehen und Gesundheit aus. Das vierte Ziel handelt von einer inklusiven Bildung, die sowohl gleichberechtigt als auch hochwertig für jeden Menschen sein soll. Das Ziel handelt von dem Recht auf Bildung und Lernen für alle. Das fünfte Ziel soll alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen und die Geschlechtergleichstellung fördern. Ziel 6 zielt auf eine nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitäreinrichtungen hin. Ziel 7 fordert eine für alle zugängliche, verlässliche, nachhaltige und bezahlbare Energieversorgung. Ein inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum wird vom achten Ziel unterstützt. Hierbei sollen produktive Vollbeschäftigte in der Industrie eingestellt werden, mit Arbeitsverträgen und unter menschenwürdigen Arbeitsbedingungen. Das neunte Ziel unterstützt und fördert eine nachhaltige Industrialisierung. Ziel 10 soll die Ungleichheit zwischen den Ländern reduzieren. Das elfte Ziel ist es, sämtliche Städte, Dörfer und Siedlungen bis 2030 sicherer, widerstandsfähiger, inklusiver und vor allem nachhaltiger zu gestalten. Ziel 12 wurde formuliert, um einen nachhaltigen Konsum und

¹³⁷ Schmidhuber 2017, S.16

eine nachhaltige Produktion zu garantieren. Hinsichtlich des Klimawandels sollen weitere Maßnahmen getroffen werden, um die Auswirkungen des Klimawandels zu reduzieren und zu stoppen. Ziel 13 beschäftigt sich mit diesem Bestreben. Das 14. Ziel bezieht sich auf die Gewässer der Welt. Im Sinne einer nachhaltigen Nutzung, sollen Meeresressourcen eingespart und geschützt werden. Ziel 15 beinhaltet den Schutz und die Wiederherstellung eines nachhaltigen Landökosystems. Nachhaltige Bewirtschaftung von Wäldern, Wüsten und Böden sollen dies unterstützen. Bodendegradationen sollen langfristig beendet und in biologische Vielfalt umgewandelt werden. Das formulierte Ziel 16 fordert eine inklusive und friedliche Gesellschaft, einen Zugang zur Justiz für alle. Das letzte Ziel, Ziel 17, thematisiert eine globale Partnerschaft und die Stärkung von Umsetzungsmitteln, um eine nachhaltige Entwicklung zu fördern.^{138,139}

Im Folgenden werden zwei repräsentativ ausgewählte Modelabels und dessen Konzepte vorgestellt, welche sich ebenfalls einer nachhaltigen Entwicklung annehmen und speziell den Bereich Mode innovativ vorantreiben wollen.

6.2 Modelabels mit nachhaltigen Konzepten und Vorgehensweisen

Nachhaltige Mode, genauer gesagt die Fair-Fashion-Mode, basiert auf den drei Säulen Ökologie, Soziologie und Transparenz. Der gesamte Produktionszyklus wird von diesen drei Säulen begleitet. Es geht um einen fairen Umgang mit dem Menschen, um einen fairen Umgang mit der Umwelt und einen fairen Umgang mit dessen Ressourcen. Hinzu kommt die Transparenz, die für das Vertrauen zwischen den Herstellern und den Verbrauchern sorgen soll. Vergleichend mit der „Agenda 2030 für eine nachhaltige Entwicklung“ (siehe 6.1) geht es bei Fair Fashion darum, mit Konzepten und Zielen eine nachhaltige Welt und einen nachhaltigen Umgang mit ihr voranzutreiben. Pioniere der Fair-Fashion-Bewegung nehmen sich tagtäglich diesem Thema an und weisen den Weg zu einer ökologischeren und sozialeren Modeindustrie.¹⁴⁰

6.2.1 Bruno Pieters – Honest by

Gerade im Hinblick auf „Transparenz“ spielt der Designer Bruno Pieters eine entscheidende Rolle. Seine „Honest by“-Kollektion, was so viel bedeutet wie: „ehrlich durch“ oder „aufrichtig durch“ revolutionierte die Modewelt. Er erschuf eine Kollektion mit dem Namen „Download EP01 Kollektion“ und stellte Accessoires mit einem 3D-Drucker her. Das Druckmaterial besteht lediglich aus kompostierbaren und recycelten Kunststoffen; Fehl-drucke können zu neuer Druckmasse verarbeitet werden. Das Besondere an Pieters

¹³⁸ vgl. Generalversammlung der Vereinten Nationen 2015, S.15

¹³⁹ vgl. Schmidhuber 2017, S.17

¹⁴⁰ vgl. Köhrer & Schaffrin 2016, S.7-8

EP01 Kollektion ist, dass jeder Kunde die Designs online herunterladen und am eigenen 3D-Drucker „einfach“ drucken lassen kann. Daher kommt auch der Name der Kollektion. „EP01 Kollektion“ steht für die erste Kollektion (01), die „einfach gedruckt“ (EP = engl. easy print) werden kann.¹⁴¹

Für Pieters steht Transparenz an oberster Stelle seiner Kollektion, denn Transparenz ist für ihn kein Luxus, sondern vielmehr eine dringende Notwendigkeit. Lange vor seiner ersten Kollektion arbeitete Pieters für große Modelabels wie Christian Lacroix und Hugo Boss. Zu dieser Zeit war ihm nicht bewusst, wie die Kleidungsstücke hergestellt wurden und unter welchen Arbeitsbedingungen produziert wurde. Auch die Auswirkungen auf die Umwelt waren ihm laut des Interviews mit Köhrer und Schaffrin nicht bewusst.¹⁴² Während seiner Rundreise in Indien, veränderte sich das Bewusstsein von Pieters radikal. Fortan machte er sich Gedanken über die Umwelt, den Tierschutz und Kinderarbeit. Ab diesem Zeitpunkt wollte Pieters etwas verändern, ganz im Sinne des Mottos: „*Be the change you want to see in the World*“ – Gandhi (Köhrer & Schaffrin 2016, S. 21). Er gründete 2012 die erste transparente Modemarke der Welt. „Honest by“ steht für minimalistische Mode, zertifizierte Materialien und den Verzicht von Leder und Pelzen.

Pieters steht für nachhaltige und ethische Mode aus natürlichen und recycelten Stoffen, welche unter fairen und sozialen Arbeitsbedingungen hergestellt werden. Alle Produkte werden umwelt- und klimafreundlich verpackt. Beim Herstellen und Verpacken wird auf die Schonung von Ressourcen geachtet und effizient, ökonomisch und umweltverantwortlich gehandelt. Dieses Bewusstsein bezieht sich auch auf die Energie- und Rohstoffverwendung. Um der Fast-Fashion-Industrie und dem Thema „Kurzlebigkeit der Kleidungsstücke“ und demzufolge der Müllproduktion entgegenzuwirken, war es Pieters von Anfang an wichtig, dass seine verkauften Modeartikel langlebig und strapazierfähig sind.¹⁴³

Das Besondere an diesem Label ist jedoch, dass die gesamte textile Wertschöpfungskette (siehe 2.3.1 - die textile Lieferkette) im Onlineshop offengelegt wird. Dem Kunden ist es möglich, genau nachvollziehen, wie, wann und wo die Kleidungsstücke und Accessoires hergestellt werden. Sämtliche Informationen über die Materialien, die Zulieferer, die Herstellungsprozesse und die Preiskalkulationen der Kollektionen können bis ins kleinste Detail online nachvollzogen und recherchiert werden. Selbst die Marge von Pieters kann vom Kunden eingesehen werden.¹⁴⁴ Mit dem Offenlegen der gesamten Lieferkette und

¹⁴¹ vgl. Köhrer & Schaffrin 2016, S.20

¹⁴² vgl. Köhrer & Schaffrin 2016, S.20-29

¹⁴³ vgl. Fair Fashion Company GmbH 2020

¹⁴⁴ vgl. Köhrer & Schaffrin 2016, S.21

einer vollen Preistransparenz repräsentiert Bruno Peter den Inbegriff eines Fair-Fashion-Konzepts im Hinblick auf Transparenz.

Gerade die großen Fast-Fashion-Modemarken wehren sich gegen eine transparente Offenlegung der Lieferketten, da dies aus ihrer Sicht zu teuer wäre. Pieters ist der Annahme, dass Missstände wie Kinderarbeit durch Preistransparenz und transparente Lieferketten viel schneller aufgedeckt werden könnten, als es bisher der Fall ist. Aus der Sicht von Pieters obliegt die Entscheidung, ob die Lieferkette transparent offengelegt werden sollen, nicht alleine beim Unternehmen, sondern liegt vielmehr in der Hand der Verbraucher.^{145,146}

„Alles ist möglich, wenn der Kunde danach fragt. Der Kunde hat viel mehr Macht, als er glaubt.“ (Bruno Pieters- Köhrer & Schaffrin 2016, S. 21)

Pieters Aussage zu Folge hat der Verbraucher die Möglichkeit, selbst Entscheidungen zu treffen, die dem Schutz der Menschen, der Umwelt und der Zukunft dienen. Der Verbraucher selbst hat die Macht durch eine gezielte Nachfrage an nachhaltigen Produkten mit transparenten Lieferketten etwas in der Fast-Fashion-Industrie zu bewegen:

„Ich habe für große Firmen gearbeitet und dabei gelernt, dass alles machbar ist, wenn es der Kunde nur will. Die Kunden müssen verstehen, dass sie auf der Modepyramide ganz oben stehen. Alles steht in ihrer Macht. Was auch immer sie wollen, sie werden es bekommen. In der Branche geht es genau wie in jeder anderen einzig und alleine darum, Geld zu verdienen. Das Ziel der Firmen ist es nicht, die Welt einzukleiden oder die Menschen schön aussehen zu lassen, sondern es geht alleine um finanzielles Wachstum. Wenn wir wollen, dass Marken verantwortungsbewusst und transparent werden, müssen wir lernen, die Sprache des Geldes zu sprechen. Durch unsere Portemonnaies verleihen wir unseren Stimmen Gehör. Einfach eine Meinung zu haben und dabei weiterhin Brands zu kaufen, die so unglaublich viel Schaden anrichten - dadurch ändert sich nichts.“ (Bruno Pieters- Köhrer & Schaffrin 2016, S. 27-28)

Ziel dieses Labels war es seit Anbeginn, dem Kunden transparent entgegenzutreten und ein Label auf den Markt zu bringen, welches als Inbegriff eines Fair-Fashion-Konzeptes voranschreitet.

¹⁴⁵ vgl. Köhrer & Schaffrin 2016, S.26

¹⁴⁶ vgl. Köhrer & Schaffrin 2016, S.142

6.2.2 Reet Aus - Upcyclingmode

Auch Reet Aus, eine Modedesignerin aus Estland, widmete sich im Rahmen ihrer Doktorarbeit dem Thema Fast-Fashion. Ihr Fokus lag im Besonderen der Textilfabrik Beximco in Bangladesch. Beximco gehört zu den größten Kleidungsfabriken in Bangladesch und produziert Textilien für große Fast-Fashion-Marken wie H&M, Zara, Tommy Hilfiger oder Calvin Klein. Reet Aus nahm es sich zur Aufgabe, die Produktionsstätte in Beximco hinsichtlich der Stoffabfälle zu analysieren. Die Doktorarbeit von Reet Aus handelte von dem Thema Upcycling. Anhand der Fabrikanalyse wollte sie herausfinden, wieviel Stoffabfälle tagtäglich anfallen und wieviel mehr Kleidung mit diesen „Abfällen“ hergestellt werden könnte. Ihren Ergebnissen zu Folge, könnten aus den Abfällen alleine von Beximco 15% mehr Kleidungsstücke produziert werden. In früheren Jahren war es sowohl den Designern, den Textilproduzenten und den Modemarken nicht bewusst, welche Auswirkungen die Fast-Fashion-Industrie auf die Umwelt und den Menschen haben wird. Die Mehrheit der textilen Abfälle wurden auf Mülldeponien entsorgt oder verbrannt. Reet Aus appelliert an die großen Textilfirmen und fordert sie auf, Verantwortung zu übernehmen und Upcycling zu betreiben.¹⁴⁷

„Es gibt Lösungen! Die großen Marken und Textilhändler müssen endlich Verantwortung übernehmen. Upcycling ist so einfach, man kann es inhouse machen, dazu braucht es nicht einmal große Investitionen.“ - Reet Aus (Köhler & Schaffrin 2016, S. 145).

Zu Beginn der Entwicklung wurde unter Upcycling lediglich Mode verstanden, welche aus Altkleidern und Stoffresten hergestellt wurde. Diese Vorgehensweise brachte zwar Unikate hervor, jedoch war diese Vorgehensweise für kleine Stückzahlen sehr aufwendig, teuer und hat sich somit nicht in der großen Modeindustrie durchgesetzt. Die Ergebnisse von Reet Aus' Forschungen ergaben eine Möglichkeit, Upcycling auch in großen Massen für Kleidung betreiben.

Seit dem Master im Jahr 2002 analysierte sie Beximco und forschte mit den unterschiedlichsten Stoffabfällen, wie z.B. falsch hergestellten Stücken oder Schneideresten. Als Ergebnis der Forschungen entstand das System „Upmade“. Reet Aus und Beximco entwickelten in einer Kooperation ein revolutionierendes Upcycling-Modell, welches ein Upcycling aus Stoffresten parallel zur normalen Produktion ermöglicht. Das erste Projekt war ein Upcycling-T-Shirt, welches aus Überproduktionen hergestellt wurde. Mehr als 23.000 T-Shirts konnten produziert werden und dabei mehr als 70% Wasser, 70% CO₂ und 90%

¹⁴⁷ vgl. Köhler & Schaffrin 2016, S.145

Strom und Energie eingespart werden.¹⁴⁸ Das Ziel dieses industriellen Upcycling ist es, der globalen Modeindustrie zu einem Wandel zu verhelfen, um die Welt zu schützen und den Verbrauch an Wasser und Energie deutlich zu reduzieren. Innerhalb von nur 3 Jahren konnte Upmade 125.300 kWh Energie, 128.700.000 Liter Wasser und 59.400 kg CO₂ reduzieren und ca. 8.250 kg Textilien vor dem Abfall oder Verbrennungsanlagen bewahren.¹⁴⁹

Das Modell „Upmade“ wurde 2014 als offizielles Zertifikat zugelassen und kann seither auch von anderen Fabriken und Firmen verwendet werden. Mit dieser Upcycling-Methode erlangen Firmen eine Zertifizierung und können ebenfalls die „Kreislaufwirtschaft“ unterstützen und somit für weniger Abfall und Umweltverschmutzungen sorgen. Reet Aus spricht an dieser Stelle von einer „Win-win-Situation“: Höhere Stückzahlen bei weniger Materialabfall und umweltschonenderer Produktion. Reet Aus kreiert seit 2012 eigene Upcycling-Kollektionen aus Baumwoll denim, Baumwolljersey und Lyocell. Lyocell ist eine aus Holz gewonnene Zellulosefaser. Diese Kollektionen können im Online-Shop für einen geringen Preis erworben werden und sind somit für jeden Konsumenten zugänglich.¹⁵⁰

Nicht nur Pieters und Reet Aus, sondern auch viele andere Modelabels und Designer wie Stilikone Vivienne Westwood, das Label Freitag, die deutsche Fair-Fashion-Marke Hessnatur, Marie-Claire Daveu und ihre Kering Group sowie das „Cradle to Cradle“-Unternehmen von Michael Braungart und Friederike von Wedel-Parlow beschäftigen sich mit dem eigenen ökologischen Fußabdruck, den sie selbst in der Modebranche hinterlassen möchten. Weitere Fair-Fashion-Pioniere und dessen Konzepte bzw. Vorgehensweisen sind in Anhang A ausgeführt.

.

¹⁴⁸ vgl. Köhrer & Schaffrin 2016, S.146

¹⁴⁹ vgl. Reet Aus 2020

¹⁵⁰ vgl. Köhrer & Schaffrin 2016, S.146

7. Nachhaltiger Wandel der Fast Fashion Konzerne am Bsp. H&M

Ein Wandel in der Modeindustrie?

Um den Wandel der Fast-Fashion-Industrie hin zu einer fairen, nachhaltigen Modewelt zu visualisieren, wurde ein morphologischer Kasten in leicht abgewandelter Form erstellt (siehe

Tabelle 3).

Fast Fashion – Istzustand & Trend zur Nachhaltigkeit (Wandel)					
Fair Fashion – Zielzustand					
Merkmale	--	-	0	+	++
Anteil eingesetzter recycelter Stoffe	sehr niedrig	niedrig	bedingt	hoch	sehr hoch
Arbeitsstandards in den Herstellungsfabriken	sehr niedrig	niedrig	bedingt	hoch	sehr hoch
Einsatz nachhaltiger Rohstoffe	sehr niedrig	niedrig	bedingt	hoch	sehr hoch
Einsatz nachhaltiger Produktionshilfsmittel	sehr niedrig	niedrig	bedingt	hoch	sehr hoch
Fokus auf Umweltschutz	sehr gering	gering	bedingt	hoch	sehr hoch
Höhe der Verkaufspreise	sehr niedrig	niedrig	mittel	hoch	sehr hoch
Langlebigkeit der Endprodukte	sehr niedrig	niedrig	mittel	hoch	sehr hoch
Ressourcenschonende Herstellung	sehr niedrig	niedrig	bedingt	hoch	sehr hoch
Transparenz der Lieferkette	sehr niedrig	niedrig	bedingt	hoch	sehr hoch
Transparenz der Preise	sehr niedrig	niedrig	bedingt	hoch	sehr hoch
Zyklusdauer einer Modekollektion	sehr kurz	kurz	länger	lang	sehr lang

Tabelle 3: Der morphologische Kasten - Fast Fashion vs. Fair Fashion¹⁵¹

¹⁵¹ eigene Erstellung

Als Zeilen werden die verschiedenen vergleichbaren Merkmale zwischen Fast Fashion und Fair Fashion aufgelistet. Die Spalten von links nach rechts zeigen den Ausprägungsgrad des jeweiligen Merkmals von sehr niedrig (--) bis sehr hoch (++). Die Ausprägungen geben eine Auskunft darüber, wie nachhaltig, sozial und ressourcenschonend die jeweilige Industrie handelt und produziert. Auf Basis der bisherigen Arbeit wurden die jeweiligen Ausprägungsgrade vom Autor festgelegt, enthalten dadurch aber auch eine gewisse Subjektivität. Die Startpunkte der orangenen Pfeile symbolisieren das typische Image der letzten Jahre von Fast-Fashion-Konzernen, welchen sich bei allen dargestellten Merkmalen sehr niedrig ausgeprägt sind. Wie bereits in vielen anderen Lebensbereichen der Gesellschaft wie etwa der Lebensmittelindustrie, verändert sich auch in der Modewelt das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Konsumenten und, durch dessen Nachfrageverschiebung, auch die Vorgehensweisen der Konzerne. Der Wandel der Fast-Fashion-Industrie soll durch die orangenen Pfeile dargestellt werden. Die Pfeilspitzen repräsentieren eine gegenwärtige und zukünftig anhaltende Veränderung hin zum grün dargestellten Zielzustand Fair Fashion.

Der Zielzustand steht für Transparenz der Lieferketten, faire Arbeitsbedingungen, den geringen Einsatz von neuem Polyester, ressourcenschonende Herstellung, Recycling, Wiederverwendung sowie für geringe Umweltschädigungen (siehe Kapitel 4).

Damit der Wandel in dieser Arbeit verdeutlicht werden kann, wird im Folgenden der Internetauftritt des Konzerns „H&M“ unter die Lupe genommen. Generell sollten sämtliche Inhalte von Werbekampagnen und Unternehmensauftritten kritisch reflektiert werden, da diese aus marketingtechnischen Gründen, häufig einseitige Sichtweisen darstellen und damit meist einen fortgeschritteneren Ist-Zustand implizieren als es der Realität entspricht.

Dennoch kann anhand des nachfolgenden H&M-Beispiels die Veränderung der Denkweisen und der anhaltende Wandel sehr deutlich wahrgenommen werden. Auf der Homepage des Modelabels H&M wurde eine eigene Rubrik für das Thema Nachhaltigkeit geschaffen.¹⁵² Wird diese Rubrik vom Konsumenten gewählt, so erscheint zu Beginn ein Zitat, welches da lautet:

*„Veränderung ist Teil unserer DNA. Jetzt ist es Zeit, die Modewelt zu verändern“
(Hennes & Maurits, 2019).*

Die Rubrik Nachhaltigkeit besteht aus 9 Initiativen, von denen fünf repräsentativ vorgestellt werden. Die Initiativen sind mit kurzen auffordernden Überschriften betitelt.

¹⁵² vgl. Hennes & Maurits 2020, Nachhaltigkeit

Change

Im Jahr 2021 möchte der Konzern H&M bis zu 70% der eingesetzten Materialien in ihrer Firma nachhaltig gewinnen und Materialien so produzieren, dass diese recycelt werden können. Kleidungsstücke aus recyceltem Material sind bereits auf dem Markt. Im vergangenen Jahr wurden im Rahmen verschiedener H&M Kollektionen, 1 Milliarden PET-Flaschen zu einem Recycling-Polyester verarbeitet und anschließend in Kleidungsstücke umgewandelt. Diese bestanden lediglich aus recyceltem Kunststoff. H&M setzt sich das Ziel für 2021, dass mehr als 2 Milliarden PET-Flaschen in ihrer Bekleidungsherstellung eine Verwendung finden. Auf der H&M- Homepage kann der Konsument Nachhaltigkeitsberichte aus den letzten 18 Jahren einsehen und die Vorgehensweisen nachvollziehen.

„Bei der H&M Group arbeiten wir kontinuierlich daran, unser Geschäftsmodell nachhaltiger zu gestalten, um langfristiges Wachstum zu sichern und gleichzeitig einen positiven Beitrag zur Welt zu leisten.“ (Helena Helmersson, Geschäftsführerin H&M, 2019).¹⁵³

Let's close the loop

Weniger als 1% der weltweit hergestellten Kleidungsstücke werden pro Jahr recycelt. Dies bedeutet tonnenweise Abfall, obwohl die Materialien nach wie vor in einem einwandfreien Zustand sind. H&M rief 2013 die weltweit größte Kleidersammelaktion ins Leben. In jeder Filiale stehen seither Sammelboxen bereit, in welchen aussortierte Kleidungsstücke jeder Art und Marke abgegeben werden können. An der Kasse kann anschließend ein Gutschein für den nächsten Einkauf erworben werden, als Dankeschön für die Kleidungsstücke. Die gesammelten Inhalte werden am Ende in drei Kategorien sortiert, die da wären: Erneut tragen (Second Hand); Wiederverwenden (neue Produkte werden hergestellt wie Putzlappen oder Remake-Kollektionen) und Recyceln (die Textilfasern werden geschreddert und anschließend zu neuem Garn oder als Isoliermaterial wiederverwendet).¹⁵⁴

Let's take care

Bei „Let's take care“ geht es um die sorgfältige Pflege von Kleidungsstücken. H&M fordert seine Kunden bspw. auf, kälter zu waschen und Kleidungsstücke wie etwa ein zerrissene Jeans zu reparieren. H&M bietet seinen Verbrauchern dafür eine Seite mit 79 Tipps und Tricks für Pflege, Reinigung und Upcycling an. Zahlreiche Schritt-für-Schritt-Anleitungen in

¹⁵³ vgl. Hennes & Maurits 2019, Nachhaltigkeitsbericht

¹⁵⁴ vgl. Hennes & Maurits 2020, Let's close the loop

Form von Text und Videos erleichtern die konkrete Umsetzung. Somit kann nicht nur beim Kauf selbst, sondern auch Zuhause nachhaltig gehandelt werden kann.^{155,156}

Let's be transparent

Wie auch schon Bruno Pieters betont (siehe 6.2.1), ist die Transparenz einer der wichtigsten Bausteine hin zu einer nachhaltigeren, fairen Modezukunft. Der Kunde muss dem Konzern Vertrauen können und dieses Vertrauen kann durch eine transparente Lieferkette gewährleistet und gefördert werden. Seit einigen Jahren legt H&M seine Informationen zum Unternehmen und zur Kleidungsherstellung offen, um dem Kunden die Macht zu übertragen, selbst zu entscheiden was er kaufen möchte und was nicht. Unter „Let's be transparent“ kann der Verbraucher die Informationen über die Löhne, die Arbeitsbedingungen und Produktionsrechte einsehen. In einem Chatportal kann der Kunde zusätzlich individuelle Fragen zur textilen Lieferkette stellen und passende Erklärvideos ansehen.¹⁵⁷

Wear the Waste

Neben der „Vegea“-Lederkollektionen gibt es zahlreiche andere Kollektionen von H&M, welche als Fair-Fashion-Kollektion betitelt werden können. Ein Beispiel dafür wäre die „Conscious Exclusive A/W20“. Sie besteht zu 100% aus innovativen Materialien, wie etwa landwirtschaftlichen Abfälle, recycelten Kunststoffverpackungen, wiederverwerteten Teppichen und atmosphärischem Kohlenstoff.

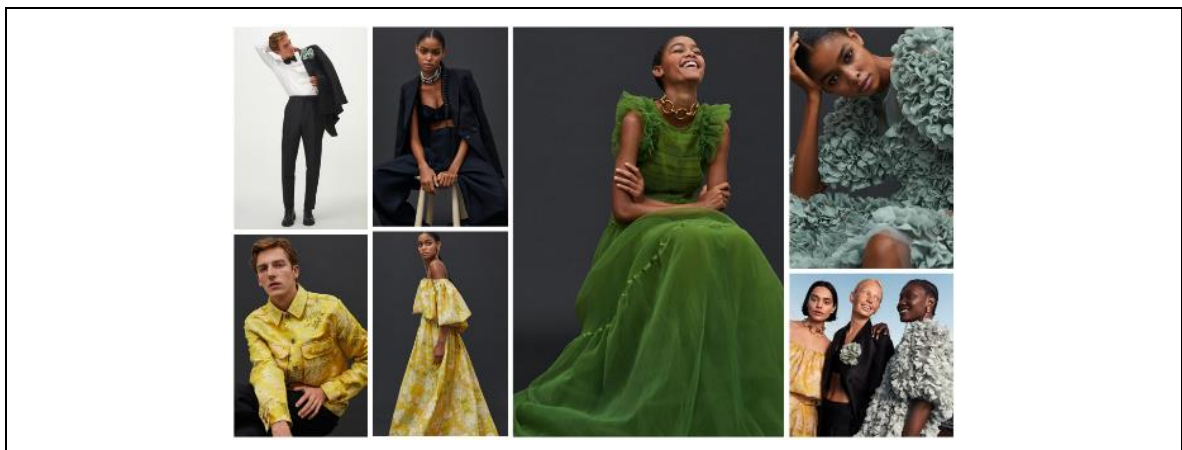


Abbildung 9: Conscious Exclusive A/W20 - eine H&M-Kollektion aus „Abfall“¹⁵⁸

¹⁵⁵ vgl. Hennes & Maurits 2020, Let's take care

¹⁵⁶ vgl. Hennes & Maurits 2020, Let's take care- Tipps und Tricks

¹⁵⁷ vgl. Hennes & Maurits 2020, Let's be transparent

¹⁵⁸ Eigene Darstellung - vgl. Hennes & Maurits 2020, Conscious Exclusive A/W20

Diese Kollektion ist die neuste Kollektion von H&M, welche im Dezember 2020 auf den Markt kam. Eine Kollektion aus „Abfall“, die sowohl fair, nachhaltig und ressourcenschonend und gleichzeitig modern, luxuriös und anders ist. „Anders“ im Sinne von fair.¹⁵⁹

Anhand dieses beschriebenen Beispiels wie H&M soll der Wandel dargestellt und verdeutlicht werden. Nicht nur innovative Köpfe wie Bruno Pieters und Reet Aus beschäftigen sich mit Fair Fashion, sondern auch die großen Modekonzerne nehmen sich dem Thema an, ganz im Sinne des „modernen“ Verbrauchers.

¹⁵⁹ vgl. Hennes & Maurits 2020, Conscious Exclusive AW20

8. Der Verbraucher - Möglichkeiten für einen nachhaltigen Konsum

Der Verbraucher selbst hat eine Schlüsselrolle inne, um den heutigen Zustand zu verändern und einen Wandel in Richtung faire und nachhaltige Modeindustrie voranzutreiben.¹⁶⁰ Betrachtet man das vorherig Gelesene im Gesamten, ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten, wie der Verbraucher aktiv eine nachhaltige und faire Zukunft in der Modebranche mitgestalten kann.

Beim Kauf von Kleidung kann der Konsument auf die Hinweise auf dem Etikett achten. Dies sind zum einen die verschiedenen Ökosiegel, zum anderen Etiketten mit Hinweisen zu einer nachhaltigen Materialzusammensetzung. Auch das Kaufen und Verkaufen in Second-Hand-Shops, das Betreiben von Upcycling oder das Reparieren von kaputten Kleidungsstücken ermöglicht es, Kleidung weiterhin in der textilen Kette zu behalten, wenn auch teils in einer anderen Form. Auch der Kauf regional produzierter Kleidungsstücke fördert den fairen Kleiderkonsum und reduziert die Umweltbelastung, da keine Tausende Kilometer an Transportwegen anfallen.

Die Nachfrage nach fairer und nachhaltiger Kleidung steigt langsam, aber stetig. Immer mehr Verbraucher beschäftigen sich mit dem Thema „Fair Fashion“ und berücksichtigen beim Kauf Aspekte wie Bio-Baumwolle, faire Produktionsbedingungen, sowie Umwelt- und ressourcenschonende Herstellung.¹⁶¹

Da der Verbraucher die Schlüsselrolle für einen Wandel inne hat, ist es wichtig dass alle Generationen bzw. Altersgruppen ein nachhaltiges Bewusstsein entwickeln. Um dieses Ziel zu erreichen, sollte dieser Kompetenzerwerb bereits im Schulalter beginnen und das Thema Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil des Unterrichts werden. Aus diesem Grund wird im folgenden Kapitel auf die Methodik und Didaktik einer entsprechenden Unterrichtseinheit eingegangen.

¹⁶⁰ vgl. Thomas 2020, S. 22

¹⁶¹ vgl. Schmidhuber 2017, S.5

9. Methodisch-didaktische Schlussfolgerungen für die Schulpädagogik

Dieses Kapitel dieser Arbeit beschäftigt sich mit methodisch-didaktischen Schlussfolgerungen für die Schulpädagogik. Der Fokus des Kapitels richtet sich auf das Fach „Mensch und Umwelt“ in den achten Klassen. Im ersten Unterkapitel 9.1 wird das Thema dieser Arbeit in den Bildungsplan der Realschule (8.Klasse) eingeordnet und anschließend folgt eine kurze didaktische Analyse (siehe Unterkapitel 9.2) einer exemplarischen Unterrichtseinheit für den Onlineunterricht, welche detailliert im Anhang C und Anhang D eingesehen werden kann. In dieser benannten didaktischen Analyse wird auf die verschiedenen Kompetenzen eingegangen, welche durch das Behandeln des Themas „Fast Fashion und Fair Fashion“ im Unterricht gefördert werden können. Das dritte Unterkapitel 9.3 stellt eine Verbindung her, zwischen dem Themenkomplex „Fast Fashion und Fair Fashion“ und dem alltäglichen Leben, dem sogenannten Lebensweltbezug der Schülerinnen und Schüler (SuS).

Das Kapitel dient als Inspiration für Lehrerinnen und Lehrer, das Thema im Onlineunterricht anschaulich, schülergerecht und kreativ gestalten zu können und gleichzeitig die vom Bildungsplan vorgegebenen Kompetenzen und Inhalte zu vermitteln.¹⁶²

9.1 Einordnung in den Bildungsplan der Realschule (8.Klasse)

Der Bildungsplan für die achten Klassen der Realschule sieht vor, dass die SuS im Fach Mensch und Umwelt im Themenbereich Bekleidung und Textiles unterrichtet werden. Im Folgenden wird das Thema „Fast Fashion und Fair Fashion“ in den Bildungsplan des Fachs „Mensch und Umwelt“ eingeordnet und Kompetenzen genannt, welche im Rahmen des „Fast Fashion- und Fair Fashion“-Unterricht gefördert werden können.

Leitgedanken des Bildungsplans für das Fach „Mensch und Umwelt“

Zielsetzung des Bildungsplans ist es, dass die SuS ein eigenes Urteilsvermögen entwickeln und sich Handlungskompetenzen aneignen, um sowohl gegenwärtig als auch zukünftig, selbstständig, eigenverantwortlich und mit einer gewissen kritischen Haltung zu leben. Dies unter der Berücksichtigung der Gesellschaft, Wirtschaft, Umwelt und dessen

¹⁶² vgl. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg, Bildungsplan Realschule, Klasse 8-10, S.150

Wechselwirkungen.¹⁶³ Die Vermittlung der Unterrichtsinhalte soll sowohl theoretisch als auch praktisch umgesetzt werden. Des Weiteren zielt der Bildungsplan für das Fach „Mensch und Umwelt“ auf den Kompetenzerwerb von Teamfähigkeit und einem Verantwortungsbewusstsein, im Sinne der Gesellschaft und der Umwelt, ab. Methodisch wird dies mit sozialen und fachlichen Auseinandersetzungen erreicht und gleichzeitig in einen historisch-kulturellen Zusammenhang gebracht.

Die zu fördernden Kompetenzbereiche decken für die 8. Klasse (Realschule) den sozialen/gesellschaftlichen und den wirtschaftlichen Bereich ab, sowie die beiden Bereiche Ernährung und Textil. Das Thema dieser Arbeit lässt sich im Bereich Textil, unter den Kompetenzinhalten Textile Kette, sachgerechte Textilpflege und der Ausführung textiler Gestaltungstechniken einordnen. Im Besonderen der Textilbereich thematisiert die Aspekte Bekleidung, Ökonomie und Ökologie, sowie Gesundheit. Die SuS lernen ihren eigenen Kleidungskonsum kennen und erhalten Tipps und Vorgehensweisen an die Hand, um auch hier verantwortungsbewusstes Kleidungsverhalten und Konsumverhalten zu entwickeln. Das Ganze unter kritischer Selbstreflektion. Auch die praktischen Phasen spielen für das Thema Textiles eine entscheidende Rolle. Hierbei sollen verschiedene Gestaltungstechniken erlernt werden, die als positiven Effekt sowohl Grob- als auch Feinmotorik fördern. Im Hinblick auf Nachhaltigkeit, werden die SuS auch nachhaltige und umweltfreundliche Upcycling-Methoden kennenlernen und ausprobieren.¹⁶⁴ Sowohl das nachfolgende Unterkapitel 9.2, als auch die sich im Anhang befindliche Strukturskizze zeigen verschiedene Möglichkeiten, wie diese Kompetenzen gefördert werden können.

9.2 Didaktische Analyse – exemplarische Unterrichtsstunde

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit wurde basierend auf der erstellten Präsentation eine beispielhafte Strukturskizze, zur ersten Theorieeinheit „die Reise unserer Kleidung – die textile Lieferkette“, formuliert (siehe Anhang D). Damit soll an einem konkreten Beispiel demonstriert werden, warum dieses Thema seine Berechtigung im Bildungsplan und den Klassenzimmern hat. Die SuS sollen die textile Lieferkette kennenlernen, welche als Basis für die gesamte Unterrichtseinheit dient. Die SuS erarbeiten gemeinsam mit der Lehrperson den Aufbau der textilen Lieferkette und dessen Kettenglieder. Ziel dieser ersten Einheit ist es, dass die SuS ausgehend der textilen Lieferkette exemplarisch die Produktionsschritte nachvollziehen können und bspw. den Weg von der Baumwolle hin zum T-Shirt

¹⁶³ vgl. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg, Bildungsplan Realschule, Klasse 8-10, S.150

¹⁶⁴ vgl. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg, Bildungsplan Realschule, Klasse 8-10, S.150

verstehen und beschreiben können.¹⁶⁵ Mit Hilfe einer Rahmengeschichte, verschiedenen Sprechansätzen und Gruppenarbeiten sollen diese Kompetenzen des Bildungsplans umgesetzt werden (siehe Anhang D, Folie 1-47). Die SuS werden in der Unterrichtseinheit dazu aufgefordert, Vermutungen und Ideen zu äußern und das eigene Vorwissen miteinzubringen. Aufgrund der aktuellen Lage (COVID-19) wurde diese Einheit als Onlineunterricht konzipiert und das Hauptaugenmerk noch verstärkter auf die aktiven Phasen der SuS gelegt. Regelmäßige Diskussionsrunden und Gruppenarbeiten sollen neben der „Mensch und Umwelt“-spezifischen Kompetenz ebenfalls die Schülerkommunikation fördern, sowie die Fähigkeit, sich aktiv Hilfe zu suchen und einzufordern. Zusätzlich wird die Fähigkeit gefordert und gefördert, sich als SuS aktiv in Gruppenarbeiten einzubringen. Gerade für die SuS mit DaZ (Deutsch als Zweitsprache) sind diese Gruppenarbeiten und Diskussionsrunden besonders lehrreich, um die eigene Spontansprache zu üben und Mitschüler und Lehrpersonen als Sprachmodelle zu nutzen. Im Speziellen der Onlineunterricht verlangt Selbstständigkeit und Kommunikation und genau diese allgemeinen Kompetenzen werden durch die methodischen Vorgehensweisen innerhalb des Unterrichts gefördert und geübt. Die Lehrperson fungiert hierbei als Hilfestellung und Unterstützung.¹⁶⁶

9.3 Lebensweltbezug

Der Lebensweltbezug der SuS hat immer etwas mit der Erfahrbarkeit zutun. Die SuS haben bereits selbst tagtäglich Kontakt mit dem Thema Kleidung, sie tragen jeden Tag Kleidungsstücke, kaufen sie, waschen sie und entsorgen sie wieder. Lebensweltbezug beinhaltet auch den Aspekt der Subjektivität. Jeder Schüler und jede Schülerin hat persönliche Erfahrungen mit dem Thema gemacht und bringt Vorerfahrungen in den Unterricht mit. Jeder konsumiert es, jeder trägt etwas Anderes. Neben der Erfahrbarkeit und der Subjektivität spielt im Rahmen des Lebensweltbezugs auch die Gewohnheit eine wichtige Rolle. Die SuS sind es gewohnt, dass in kurzen Abständen neue Kollektionen modischer Kleidungsstücke im Lieblingsladen hängen und die SuS sind es gewohnt, dass Kleidung zum kleinen Preis erworben werden kann. Kleidung ist allgegenwärtig; sie kann zu jeder Zeit gekauft und getragen werden.¹⁶⁷ Wie es schon Karl Lagerfeld einmal gesagt hat:

„Der Mode entkommt man nicht.“ – Karl Lagerfeld

Neben den drei anderen Aspekten des Lebensweltbezugs Erfahrbarkeit, Subjektivität und Gewohnheit, gehört auch der vierte Aspekt, die Selbstverständlichkeit, zum Lebenswelt-

¹⁶⁵ vgl. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg, Bildungsplan Realschule, Klasse 8-10, S.151

¹⁶⁶ vgl. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg, Bildungsplan SBBZ Sprache, S.12

¹⁶⁷ vgl. Land Baden-Württemberg, Zentrum für Schulqualität und Lehrerfortbildung 2020

bezug der SuS. Die Selbstverständlichkeit, dass Mode und Kleidung immer da und zu jeder Zeit zugänglich sind.¹⁶⁸ Das Ziel der Unterrichtseinheit „die Reise unserer Kleidung“ ist es, die SuS dort abzuholen, wo sie stehen und dort hinzubringen wo sie noch nicht sind. Konkret bedeutet das, den SuS Fast Fashion und dessen Folgen zu verdeutlichen und Möglichkeiten an die Hand geben, wie sie selbst als verantwortungsbewusster Verbraucher nachhaltig konsumieren können. Die Lehrperson (LP) muss die subjektiven Erfahrungen der SuS nutzen und in den Unterrichtsalltag miteinbinden, damit die SuS aufmerksam, intrinsisch motiviert und aktiv bleiben. Gerade durch Gruppengespräche und Ratefragen können die SuS ihre eigenen Erfahrungen mit dem Thema Mode, Kleidung, Fast Fashion und Fair Fashion miteinbringen und den Unterrichtsalltag, sei er auch im Onlineformat, bereichern. Durch aktive Arbeitsaufträge, wie zum Beispiel eine Kleiderschrankinspektion, sollen die SuS für das eigene, aktuelle Konsumverhalten sensibilisiert werden und die globale Reichweite der textilen Lieferkette verstehen. Wichtig ist das Gespür für die gegenwärtige Modeindustrie (Fast Fashion) und das Verständnis, dass ein Wandel hin zu Fair Fashion stattfinden muss, bzw. bereits in Teilen stattfindet. Im Rahmen der Einheit werden den SuS sowohl vergangenheitsbezogene geschichtliche Hintergründe übermittelt, Fast Fashion als Modeindustrie der Gegenwart und das Thema Fair Fashion als Ziel für die Zukunft vorgestellt. Der Einbezug der digitalen und sozialen Medien soll die Motivation und Teilhabe der SuS erhöhen und einen alltagsnahen und generationsorientierten Lebensweltbezug herstellen. Dazu gehören die Durchführung von Internetrecherchen mit den eigenen Smartphones und der Präsentation nachhaltigkeitsbezogener Instagram-Accounts und YouTube-Videos.¹⁶⁹

Bei der Konzeption der Unterrichtseinheit „die Reise unserer Kleidung“ wurde das EIS – Prinzip und dessen drei Repräsentationsformen (enaktiv-ikonisch-symbolisch) berücksichtigt, um nachhaltiges Lernen und damit einen erfolgreichen Unterricht zu ermöglichen. Die Einheit zielt darauf ab, dass die SuS das Thema enaktiv, d.h. durch die Darstellung konkreter oder vorgestellter Handlungen, erfahren. Die Verwendung vieler bildlicher Formen und Abbildungen basieren auf der ikonischen Repräsentation und auch Zeichen und Sprache in Form von Texten (symbolische Repräsentation) sollen zu einem nachhaltigen Lernerlebnis beitragen.¹⁷⁰ Eine konkrete methodisch-didaktische Umsetzung zum Thema kann im Anhang eingesehen werden (siehe Anhang C und Anhang D).

¹⁶⁸ vgl. Land Baden-Württemberg, Zentrum für Schulqualität und Lehrerfortbildung 2020

¹⁶⁹ vgl. Hafenbrak 2004/2005, S. 1

¹⁷⁰ vgl. Berger 2017, S.17

9.4 Differenzierungsmöglichkeiten für den (Online)-Unterricht

Neben dem Erfüllen der vom Bildungsplan vorgegebenen Lernkompetenzen, sollen die SuS im Rahmen des Unterrichts bestmöglich in ihrer individuellen Persönlichkeitsbildung gefördert werden. Dies kann durch gezielte Variationen der Unterrichtsformen erzielt werden. Die Kombination aus individualisiertem Unterricht (Freiarbeit, Hausarbeit, Computerarbeit wie z.B. Internetrecherchen), kooperativem Unterricht (Projektarbeiten und Gruppenarbeiten) und Unterricht mit der ganzen Lerngruppe (Klassenunterricht, Präsentationen) können den SuS dabei helfen, diese Kompetenzen zu erlernen. Hierbei ist es wichtig, dass die LP die individuellen Stärken und Schwächen der SuS kennt und bei der Planung des Onlineunterrichts berücksichtigt. Eine Differenzierung kann hinsichtlich Hilfestellungen, Hilfsmaterial, Lese- und Verständnisunterstützungen und der Zusammenstellung von Gruppen stattfinden. Weitere Möglichkeiten der inneren Differenzierung sind die Differenzierung nach Lernzielen, nach Inhalten und dessen Mengen und nach den individuellen Lernvoraussetzungen, wie Lerntempo, Lernstil, Lernbereitschaft oder Lerninteresse.^{171,172}

Auch Lerntagebücher, Arbeitspläne, Wochenpläne und Themenmappen können eine hilfreiche Möglichkeit sein, den Unterricht zu individualisieren. Mit Hilfe dieser können die SuS jederzeit das Gelernte nachschlagen. Zudem dienen solche Lerntagebücher und Wochenpläne als Verstärkersystem (Belohnungssystem) der extrinsischen Motivation und den SuS können so ihre eigenen Lernfortschritte verdeutlicht werden und das eigene Attributionsmuster und Selbstbild kann positiv gefördert werden. Auch hier sind individuelle Anpassungsmaßnahmen an das Lerntempo und die Lernvoraussetzungen vorzunehmen.^{173,174}

In Praxisphasen und Handarbeitsphasen (Beispiele siehe Anhang D) kann ebenfalls mit verschiedenen Sozialformen und dem Einsatz von Hilfsmitteln wie z.B. Erklärvideos, Schritt für Schritt-Anleitungen oder spezifischen Hilfsmitteln wie Schneidehilfen, differenziert werden. Nebenbei kann die Kreativität und Individualität der SuS unterstützt werden, indem unterschiedlichste Materialien zur kreativen Gestaltung zur Verfügung gestellt werden. Dies ist auch für den Onlineunterricht, in Form von Kreativboxen, möglich. In allen unterrichtlichen Phasen sollte stets eine positive Fehler- und Fragekultur herrschen, individuell gelobt werden. Zusätzlich sollte sich die LP nicht an den sozialen Bezugsnormen, sondern möglichst an den individuellen und subjektbezogenen Bezugsnormen orientieren.

¹⁷¹ vgl. Paradies & Liane 2019, S. 19-21

¹⁷² vgl. Paradies & Liane 2019, S. 34

¹⁷³ vgl. Paradies & Liane 2019, S. 19-21, 34

¹⁷⁴ vgl. Paradies & Liane 2019, S. 65-84

Das Unterrichtsklima sollte wenn möglich nicht konkurrenzorientiert und wertend sein, damit die SuS ein positives Selbstbild entwickeln, motiviert bleiben und Zuversicht in die eigenen Kompetenzen haben.¹⁷⁵ Werden die individuellen Stärken und Schwächen der SuS bei der Planung und Durchführung des Unterrichts berücksichtigt, kann eine vertrauensvolle Beziehungsstruktur zwischen den SuS und der LP aufgebaut werden, da die SuS das Gefühl bekommen, dass ihre Bedürfnisse und Fähigkeiten berücksichtigt werden. Gerade in Zeiten des Onlineunterrichts ist eine vertrauensvolle Beziehung zwischen Lehrer*innen und Schüler*innen besonders wichtig.¹⁷⁶

10. Zusammenfassung

Die Substanz der Mode wechselt in energisch zeitlichen Abschnitten. Billig produzierte Produkte, niedrige Verkaufspreise und eine hohe Frequenz an Kollektionswechseln, übersetzt „Fast Fashion“. Die Unternehmensstrategie Fast Fashion bietet damit ein sehr hohes Service-Level für die Verbraucher, die negativen Auswirkungen für Mensch und Umwelt überwiegen jedoch. Fast-Fashion steht nicht für Qualität, sondern vielmehr für Quantität und demonstriert die Schattenseiten der Modewelt.

Diese Folgen werden anhand der textilen Lieferkette und ihren acht Kettengliedern aufgezeigt. Die textile Kette beschreibt den gesamten Lebenszyklus eines Textils vom Anbau der Rohstoffe (Fasererzeugung) hin zur Entsorgung. Zu den zahlreichen Folgen zählen u.a. Bodenerosionen, Verbreitung von Schädlingen durch den Einsatz giftiger Chemikalien, ein hoher Verbrauch an Bodenflächen, Wasser, Energie und endlichen Ressourcen. Darüber hinaus herrschen gesundheitsgefährdende, menschenunwürdige Produktionsbedingungen in den Produktionsstätten und es entstehen enorme Berge an Müll durch Ausschuss in der Produktion und einer Entsorgung nach kurzer Verwendung der Textilien.

Das etwas verändert werden muss, um zukünftige Generationen und die Umwelt zu schützen, ist jedoch einer großen Menge an Menschen bewusst, welches sich auch in der adaptiven ZMET-Studie *„zum nachhaltigen Modekonsum der Generation Y“* von Yildiz, Herrmann, Friedrich und Baumgarth zeigt (siehe Kapitel 5).

Weg von schnelllebig und günstiger Kleidung, hin zu innovativer, verantwortungsvoller und begehrter Mode, übersetzt „Fair Fashion“. Im Gegensatz zur Fast-Fashion-Mode wird Fair-Fashion-Mode fair, umwelt- und ressourcenschonend hergestellt. Fair Fashion steht für Nachhaltigkeit, eine transparente Lieferkette, keine unmenschlichen Ar-

¹⁷⁵ vgl. Paradies & Liane 2019, S. 139

¹⁷⁶ vgl. Englisch, Scheuer-Englisch, Walk und Zimmermann 2010, S. 11-14

beitsbedingungen, keine Kinderarbeit, keine ungeregelten Arbeitszeiten, keine Gesundheitsschädigungen, keine giftigen Chemikalien, keine großen Mengen an weggeworfenen Kleidungsstücken und faire Löhne für die Arbeiter*innen (siehe Kapitel 4: 4.1 & 4.2). Anhand verschiedener Fair-Fashion-Siegel kann der Verbraucher erkennen, welche Kleidungsstücke unter nachhaltigen Bedingungen produziert wurden. Bekannte Beispiele für faire Siegel sind: bluesign, der blaue Engel, der grüne Knopf, Fair Wear, cradle to cradle, INV zertifiziert Best, GOTS, Öko-Tex, Naturland, World Fair Trade, Fairtrade und Cotton made in Africa. Diese Siegel ermöglichen eine bewusste Kaufentscheidung (siehe Kapitel 4.3).

Fair-Fashion-Pioniere wie Bruno Pieters oder Reet Aus setzen sich bereits seit mehreren Jahren mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander und setzen ein Benchmark für den Fokus auf eine volle Transparenz der Lieferketten und Re- bzw. Upcycling von Textilien (siehe Kapitel 6.2). Auch die globale Politik beschäftigt sich mit einer nachhaltigen Entwicklung. Die Generalversammlung der Vereinten Nationen entwickelte „die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“, in welcher 17 konkrete nachhaltige und faire Ziele festgelegt und bis 2030 umgesetzt werden sollen (siehe Kapitel 6.1).

Auch die großen Fast-Fashion-Konzerne haben die gestiegene Nachfrage nach nachhaltiger Mode erkannt und setzen das Thema Nachhaltigkeit vermehrt in den Fokus. Diese Bereitschaft ist u. a. bei den Internetauftritten und den Werbeinhalten neuer Kollektionen zu erkennen (siehe Kapitel 7).

Der Verbraucher selbst hat die Schlüsselrolle inne, um den heutigen Zustand zu verändern und einen Wandel in Richtung faire und nachhaltige Modeindustrie voranzutreiben. Zum einen kann der Verbraucher durch den Kauf nachhaltiger Kleidung die Fast-Fashion-Konzerne dazu auffordern, sich bzgl. nachhaltiger Mode breiter aufzustellen (siehe Kapitel 7). Zum anderen können durch die richtige Pflege und alltägliche Re- und Upcyclingmöglichkeiten die Lebensdauer von Textilien verlängert werden (siehe Kapitel 8).

Abschließend beschäftigt sich die Arbeit mit methodisch-didaktischen Schlussfolgerungen für die Schulpädagogik. Der Fokus des Kapitels richtet sich auf das Fach „Mensch und Umwelt“ in den achten Klassen und wie die Kompetenzen aus dem Bildungsplan in Unterrichtseinheiten zum Thema „Fast Fashion und Fair Fashion“ differenziert vermittelt werden können (siehe Kapitel 9).

11. Fazit

Zielsetzung dieser Arbeit ist es zu prüfen, welche Folgen der Status Quo der Modeindustrie für Mensch und Umwelt hat und welche Ansätze für eine ökologischere und sozialere Modeindustrie verfolgt werden können. Als Status Quo wurde die Unternehmensstrategie Fast Fashion untersucht und dem potenziellen Zielzustand Fair Fashion gegenübergestellt. Eine weitere, zu prüfende, Hypothese impliziert der Titel der Arbeit, inwiefern bereits eine nachhaltige Trendwende in der Modeindustrie von statten geht.

Die Gegenüberstellung beider Konzepte erfolgte anhand einzelner Kettenglieder der textilen Kette. Die Analyse der Fast-Fashion-Lieferkette zeigt weitreichende, irreversible Negative Auswirkungen für Mensch und Umwelt, die Fair-Fashion-Lieferkette hingegen weist zahlreiche faire und nachhaltige alternative Methoden auf. Zur Reduzierung der vorherrschenden Folgen sind die mensch- und umweltschonenderen Produktionsmethoden des Fair-Fashion-Konzepts eine aussichtsreiche und vielversprechende Lösungsmöglichkeit.

Das Thema Nachhaltigkeit ist in der Gesellschaft omnipräsent. Die Vorreiterbranche in diesem Thema ist die Lebensmittelindustrie, dessen Wandel – unterstützt durch eine hohe mediale Präsenz – sich bereits schon in einem erhöhten nachhaltigen Produktportfolio in den Supermarktregalen widerspiegelt. Dies könnte ebenfalls ein Anhaltspunkt sein, dass sich das Denken, Handeln und Konsumieren der Menschen bereits verändert hat bzw. gerade verändert. Die Modeindustrie, die Regierung wie auch die Politik reagieren bereits auch auf eine steigende Nachfrage nachhaltiger Produkte. Die Entstehung immer weiterer Öko-Siegel, insbesondere auch staatlicher Siegel, zeigt, dass das Thema Nachhaltigkeit kein brancheninterner Trend ist, sondern, dass das Thema weitaus größere Dimensionen angenommen hat und die Notwendigkeit zu handeln angekommen ist. Das nachhaltige Umdenken der Modeindustrie lässt sich auch anhand des abgewandelten morphologischen Kastens erkennen, welcher den dynamischen Wandel definierter Merkmale visualisiert. Sowohl bei dieser Übersicht als auch bei nachhaltigen Pilotkollektionen der Fast-Fashion-Giganten, spielt die Erhöhung der Lieferkettentransparenz sowie die Verwendung von recyceltem Material eine zunehmend zentrale Rolle.

Die Schlüsselrolle für eine nachhaltige Veränderung in der Textil- und Modebranche spielt jedoch der Verbraucher selbst. Er hat die Macht durch eine gezielte nachhaltige Nachfrage die Modeketten dazu zu bewegen, ihr Produktangebot an die neuen Bedürfnisse anzupassen. Darüber hinaus kann der Verbraucher durch die richtige Pflege und alltägliche

Re- und Upcyclingmöglichkeiten die Lebensdauer von Textilien verlängern und dadurch im Alltag nachhaltiger sein.

Mittels der Ergebnisse einer ZMET-Studie wurden die Bedürfnisse der Generation Y (Jahrgang 1981 – 1996) ermittelt, welche die Verbraucher zu einem nachhaltigen Modekonsum bewegen. Die TOP3 der Kauftreiber sind „ein gutes Gefühl“, „ein gutes Gewissen“ und „Empathie für Mensch und Umwelt“. Die 3 wichtigsten Aspekte bei einer Kaufentscheidung sind der Preis, das Aussehen und die Qualität. Die TOP3 der Kaufbarrieren sind Misstrauen gegenüber Siegeln und Unternehmen, zu hohe Preise und die geografische Distanz zu den Missständen. Die TOP3 der Instanzen, welche die Modeindustrie beeinflussen können, sind die Unternehmen, die Konsumenten selbst und die Politik, dicht gefolgt von den Medien. Sowohl die Kauftreiber als auch die Kaufbarrieren lassen sich im Grunde auf ein Grundbedürfnis zurückführen: Transparenz. Transparenz ist der Schlüssel, durch den beim Kauf eines nachhaltigen Produktes alle wichtigen Kauftreiber erfüllt werden. Durch transparent kommunizierte Informationen über Nachhaltigkeit, die Herkunft der Produkte und die Arbeitsverhältnisse vor Ort, kann Vertrauen aufgebaut und Kaufbarrieren beseitigt werden. Eine transparente Agenda der Politik, eine transparente Lieferkette der Unternehmen, wie auch eine transparente Berichterstattung überwinden die geografische Distanz zu den Missständen für unfair produzierte Textilien. Sie führen dem Verbraucher die vorherrschenden Probleme vor Augen und nehmen sie dadurch auch mehr in die Pflicht, bewusster – im besten Falle nachhaltiger – zu konsumieren. Mit der steigenden Nachfrage nachhaltiger Kleidung, steigen die Auflagen der Kollektionen und der Stückpreis kann auf attraktives Niveau sinken. Günstigere Alternativen bieten Second-Hand-Shops und eigenes Upcycling.

Die steigende Anzahl an Siegeln zeigt einerseits das steigende Interesse an einer transparenten Lieferkette. Gleichzeitig senkt die Vielzahl an Siegeln jedoch die Transparenz für den Verbraucher. Hier muss ein gesundes Mittelmaß gefunden werden, um dem Verbraucher die Möglichkeit zu geben, anhand der Siegel auch ein nachhaltiges Produkt zu erkennen. Die Generation Y empfiehlt die Durchführung analoger Studien bzgl. des Kaufverhaltens der Folgegeneration Z, um dessen Kauftreiber und Kaufbarrieren von nachhaltiger Mode zu ermitteln und sich der Bedürfnisse auch zukünftiger Verbrauchergenerationen anzunehmen. Die Omnipräsenz des Themas Nachhaltigkeit im Alltag zeigt die Notwendigkeit, bereits in der Institution Schule, ein branchenübergreifendes Bewusstsein für nachhaltigen Konsum zu schaffen und nachhaltig zu fördern.

Abschließend lässt sich sagen, dass die Taten jedes Einzelnen zählen. Ein nachhaltiger Konsum, das richtige Recycling, die Wiederverwendung von alten Kleidungsstücken und das

Kaufen und Verkaufen in Second-Hand-Shops sind Möglichkeiten, welche den Unterschied machen können. So können auch viele kleine „Fair-Fashion-Taten“ den großen Wandel hin zu einer nachhaltigen Zukunft weiter vorantreiben.

Literaturverzeichnis

- Arnold, A. L. (2000): *Modegrafik*. Augsburg: Bechtermünz Verlag
- Berger, Prof. Dr. P. (2017). Einführung in die Mathematikdidaktik: Das EIS-Prinzip – Guter Unterricht ist handlungsorientiert. Verfügbar unter: <http://www.prof-dr-berger.de/pdf/BergerEinfMathDidaktik.pdf> [zuletzt aufgerufen: 10.01.2021], S.17
- Better Cotton Initiative (2020). *Homepage: Über uns*. Verfügbar unter: <https://bettercotton.org/> [zuletzt aufgerufen: 01.12.2020]
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). *Nachhaltige Lieferketten: Nachhaltigkeitsstandards- der Grüne Knopf*. Verfügbar unter: <https://www.gruener-knopf.de/kriterien.html> [zuletzt aufgerufen: 19.10.2020]
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2021). *Siegelklarheit*. Verfügbar unter: <https://www.siegelklarheit.de/> [zuletzt aufgerufen: 02.01.2021]
- Burckhardt, G. & Steinbrink, S. (2015). *Todschick: Edle Labels, billige Mode- unmenschlich produziert* (2. Aufl.). München: Wilhelm Heyne Verlag.
- Cobbing, M. & Vicaire, Y. (2017). *Konsumkollaps durch Fast Fashion*. Verfügbar unter: https://greenwire.greenpeace.de/system/files/2019-04/s01951_greenpeace_report_konsumkollaps_fast_fashion.pdf [zuletzt aufgerufen: 10.10.2020]
- Ellen MacArthur Foundation (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. Verfügbar unter: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf [zuletzt aufgerufen: 13.10.2020]
- Engartener, T. & Tschirner, M. (2015). *Entscheidung im Unterricht: Viel Mode für wenig Geld- ist das Fair?* (1. Aufl.). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung/bpb.
- Englisch, M., Scheuerer-Englisch, H., Walk, B. & Zimmermann, P. (2010). Das Bindungskonzept in der Schule: Aufgaben und Herausforderungen für Lehrerinnen und Lehrer. In: Schulmagazin 5-10 (Ausg.1).
- Ernst & Young AB. (2020). *H&M Group: Sustainability Performance Report 2019*. Verfügbar unter:

https://hmgroup.com/content/dam/hmgroup/groupsite/documents/masterlanguage/CSR/reports/2019_Sustainability_report/H%26M%20Group%20Sustainability%20Performance%20Report%202019.pdf [zuletzt aufgerufen: 01.12.2020]

Fair Fashion Company GmbH (2020). *Honest Fashion Store: Unsere Nachhaltigkeitsgarantie*. Verfügbar unter: <https://www.honestfashionstore.com/unsere-nachhaltigkeitsgarantie> [zuletzt aufgerufen: 12.11.2020]

Forbrig, S., Fischer, T. & Heinz, B. (2020). *Bundesverband Sekundärrohstoffe und Entsorgung e.V Textilstudie: Bedarf, Konsum, Wiederverwendung und Verwertung von Bekleidung und Textilien in Deutschland*. Verfügbar unter: https://www.bvse.de/dateien2020/1-Bilder/03-Themen_Ereignisse/06-Textil/2020/studie2020/bvse%20Alttextilstudie%202020.pdf [zuletzt aufgerufen: 16.10.2020]

Fricke, K., Bahr, T., Thiel, T. & Kugelstadt, O. (2008). *Stoffliche oder energetische Verwertung: Ressourceneffizientes Handeln in der Abfallwirtschaft*. Verfügbar unter: <https://www.ggsc-seminare.de/pdf/Fricke-Ressourceneffizientes-Handeln-in-der-Abfallwirtschaft.pdf> [zuletzt aufgerufen: 16.10.2020]

Generalversammlung der Vereinten Nationen (2020). *Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung. Resolution der Generalversammlung am 25.September 2015*. New York. (neue Version: deutsche Übersetzung, 03.2020). Verfügbar unter: <https://www.un.org/Depts/german/gv-70/band1/ar70001.pdf> [zuletzt aufgerufen: 29.12.2020]

Haberler, V. (2012). *Einleitung- Mode(n) als Zeitindikator: Die Kreation von textilen Modeprodukten* (1. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Verfügbar unter: <https://link.springer.com/content/pdf/bfm%3A978-3-531-94363-3%2F1.pdf> [zuletzt aufgerufen: 19.10.2020]

Hafenbrak, B. (2004/2005). *Einfache Mathematikdidaktik Kapitel 4: didaktische Prinzipien*. Verfügbar unter: 4 Didaktische Prinzipien des Mathematikunterrichts (ph-ooe.at) [zuletzt aufgerufen: 18.12.2020]

Hennes & Mauritz (H&M) AB. (2020). *Nachhaltigkeit*. Verfügbar unter: https://www2.hm.com/de_de/hm-sustainability/lets-change.html [zuletzt aufgerufen: 01.12.2020]

- H & M Hennes & Mauritz AB. (2019). *H&M Group: Nachhaltigkeitsleistungsbericht der H&M Group 2019*. Verfügbar unter: <https://sustainabilityreport.hmgroup.com/#> [zuletzt aufgerufen: 01.12.2020]
- H & M Hennes & Mauritz AB. (2019). *H&M Group: Nachhaltigkeitsleistungsbericht der H&M Group 2019*. Verfügbar unter: https://hmgroup.com/content/dam/hmgroup/groupsite/documents/masterlanguage/CSR/reports/2019_Sustainability_report/H%26M%20Group%20SR19%20Highlights.pdf [zuletzt aufgerufen: 01.12.2020]
- Hohmann, M. (2020). *Filialen von H&M weltweit bis 2019*. Verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/159049/umfrage/anzahl-der-laeden-des-hundm-konzerns-seit-2006/#:~:text=Die%20Statistik%20bildet%20die%20Anzahl,weltweit%20insgesamt%205.076%20H%26M%20Filialen> [zuletzt aufgerufen: 19.10.2020]
- Holdinghausen, H. (2015). *Dreimal anziehen, weg damit: Ein Report über Kleidung, Konsum und Kosten* (Schriftenreihe, Band 1644). Bonn: Westend Verlag.
- Köhler, E. & Schaffrin, M. (2016). *Fashion made Fair: Modern, innovativ, nachhaltig* (1. Aufl.). München: Prestel Verlag
- Land Baden-Württemberg- Zentrum für Schulqualität und Lehrerbildung (2020). Warum Lebensweltbezüge?: Thesen zum Lebensweltbezug im GU. Verfügbar unter: https://lehrerfortbildung-bw.de/u_gewi/geschichte/gym/bp2016/fb6/3_leben/1_vor/1_warum/ [zuletzt aufgerufen: 10.01.2021]
- Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (2004). *Bildungsplan Klasse 8-10. Mensch und Umwelt: Leitgedanken zum Kompetenzerwerb*. Verfügbar unter: http://www.bildungsplaene-bw.de/site/bildungsplan/get/documents_E-1492751585/lbw/Bildungsplaene/Bildungsplaene-2004/Bildungsstandards/Realschule_Bildungsplan_Realschule_Gesamt.pdf [zuletzt aufgerufen: 18.12.2020]
- Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (2012). *Bildungsplan SBBZ Sprache: Schule für Sprachbehinderte*. Verfügbar unter: [BPL_Sprachbehinderte_online.pdf](http://www.bildungsplaene-bw.de/BPL_Sprachbehinderte_online.pdf) (bildungsplaene-bw.de) [zuletzt aufgerufen: 18.12.2020]

- NGR (2020). *Next Generation Recyclingmaschinen GmbH*. Feldkirch- Österreich: Verfügbar unter: <https://www.ngr-world.com/de/> [zuletzt aufgerufen: 13.10.2020]
- Paradies, L. & Linser, H.J. (2019). *Differenzierung im Unterricht* (10. Neuaufl.). Berlin: Cornelsen Verlag.
- Paul, D. (2008). *Die Textil- und Bekleidungsindustrie der EU- Strukturen, Strategien, Perspektiven* (1. Aufl.). Igel Verlag.
- Paxmann, C. (2013). *Was ist was. Mode. Was uns anzieht* (1. Aufl. Band 132). Nürnberg: Tessloff Verlag.
- Piegsa, E. (2010). *Green Fashion: Ökologische Nachhaltigkeit in der Bekleidungsindustrie* (Reihe Nachhaltigkeit, Band 35). Hamburg: Diplomica Verlag.
- Reet Aus (2020). *Upmade: Upcycling Design und Produktionssystem*. Verfügbar unter: <https://www.reetaus.com/pages/upmade-a-solution-to-mass-production> [zuletzt aufgerufen: 07.11.2020]
- Schmidhuber, T. (2017). Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg: *Nachhaltig handeln, Themenheft Mode und Textil*. (aktualisierter Nachdruck 2017). Stuttgart: ÖkoMedia GmbH. Verfügbar unter: https://www.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-um/intern/Dateien/Dokumente/2_Presse_und_Service/Publikationen/Umwelt/Nachhaltigkeit/Themenheft_Textil.pdf [zuletzt aufgerufen: 09.10.2020]
- Schmidt, S.M., von Wedel-Parlow, F., & Schaffrin, M. (2019). *Fast Fashion: Eine Bilanz in 3 Teilen*. Verfügbar unter: <https://www.ci-romero.de/produkt/dossier-fast-fashion/> [zuletzt aufgerufen: 09.10.2020]
- Schrage, D. (2011). *Glück in der Soziologie des Konsums: Formen des Hedonismus* (1.Aufl.). Stuttgart: Springer Verlag.
- Tewes, C., Buschmann, A., & Schewe, G. (2019). *Fast Fashion: Eine verbraucherorientierte Analyse zur Verringerung des Massenkonsums* (1. Aufl.). Verfügbar unter: https://www.F.nrw/sites/default/files/2019-02/kvfwfp10_Fast%20Fashion.pdf [zuletzt aufgerufen: 10.10.2020]
- Thomas, D. (2020). *UnFair Fashion: Der hohe Preis der billigen Mode* (1. Aufl.). München: riva Verlag.
- Verbraucherzentrale Bundesverband (23.07.2020). *Faire Kleidung: Das bedeuten die Siegel*. Verfügbar unter: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/umwelt->

haushalt/nachhaltigkeit/faire-kleidung-das-bedeutendie-siegel-7072 [zuletzt aufgerufen: 20.10.2020]

Yildiz, Ö.; Herrmann-Linß, C.; Friedrich, K. & Baumgarth, C. (2015). *Warum die Generation Y nicht nachhaltig kauft: Eine adaptierte ZMET Studie zum nachhaltigen Modekonsum der Generation Y* (Working Paper, Nr. 85). Berlin: Hochschule für Wirtschaft und Recht, IMB Institut of Management Berlin. Verfügbar unter: <http://hdl.handle.net/10419/125563> [zuletzt aufgerufen: 26.10.2020]

Ziegler, D. (2009). *Geschichte Kompakt: Die industrielle Revolution* (2. Aufl.) Darmstadt: WBG

ANHANG

Anhang A Firmen, Label und Designer für faire Mode

Modelabel/ Designer/ Firma	Fair-Fashion-Konzept, Ideen, Vorgehensweisen
Marie-Claire Daveu Kering Group	Motto: <u>Nachhaltiges Wirtschaften ist kluges Wirtschaften</u> ▪ Kering Group ist einer der größten Luxusgüterkonzerne der Welt ▪ Beinhaltet Marken wie Gucci, Bottega Veneta und Stella McCartney ▪ Engagieren sich für Nachhaltigkeit ▪ Hauptaugenmerk liegt auf der Beziehung zwischen dem Unternehmen, der Umwelt und der Gesellschaft ▪ Gründung des Kering Materials Innovation Lab (MIL) in Norditalien (2014). Hierbei handelt es sich um eine Bibliothek zum Thema nachhaltige Materialien ▪ Die Kering Group fördert innovative Rohmaterialien, innovative Produktionslösungen sowie „grüne“ und nachhaltige Forschungen für nachhaltige Fasern und Stoffe ▪ Unterstützen den Einsatz von nachhaltigen Fasern in den eigenen textilen Lieferketten ▪ Der eigene ökologische Fußabdruck wird untersucht, analysiert und bewertet (Treibhausemissionen, Luftverschmutzung, Abfallproduktion...) und dementsprechend Veränderungen in der textilen Kette vorgenommen → Environmental Profit & Loss-Bericht (EP&L)
Michael Braungart & Friederike von Wedel-Parlow Cradle to Cradle	Motto: <u>„Cradle to Cradle ist Innovation, Qualität und Schönheit“</u> ▪ „Cradle to Cradle“ = von der Wiege zur Wiege ▪ „Cradle to Cradle“ ist ein Designkonzept ▪ Alle Materialien können nach dem Gebrauch sowohl biologisch als auch technologisch wiederverwendet werden ▪ Kein Abfall soll mit diesem Designkonzept mehr entstehen ▪ Bei diesem Konzept geht es im Wesentlichen darum, die Modeindustrie nützlicher und weniger schädlich zu gestalten ▪ Verwendung von Naturfasern wie Baumwolle, Leinen, Wolle und Seide, welche nach dem Gebrauch wieder in den biologischen Kreislauf eingeführt werden und Kunstfasern wie Polyester und Polyamide gehen letzten Endes wieder in den technologischen Kreislauf hinein ▪ Verwendung von fairen, natürlichen, biologischen und nachhaltigen Materialien (z.B.: Olivenleder) ▪ Kleidungsstücke werden so produziert, dass sie entweder lediglich aus einem Material bestehen oder die Materialien so kombiniert werden, dass sie am Ende wieder voneinander getrennt werden können, um daraus ein neues Produkt herzustellen ▪ Ziel: Kleidungsstücke nach dem Verbrauch wiederzuverwenden ▪ Reduktion von Chemikalien, Schadstoffen und Abfällen ▪ Schutz der Umwelt ▪ Unterstützung von Menschenrechten und fairen Arbeitsbedingungen → Arbeitsschutz & Gesundheitsschutz <u>Beispiele für Firmen mit dem „Cradle to Cradle“-Konzept:</u> ✓ Trigema im Jahr 2012 ✓ Puma im Jahr 2013

Modelabel/ Designer/ Firma	Fair-Fashion-Konzept, Ideen, Vorgehensweisen
Daniel & Markus Freitag Firma Freitag	Motto: <u>Kleidung für den Kompost</u> ▪ Geschäftsidee: biologisch abbaubare Bekleidung aus Leinen, Hanf und Modal (Faser aus Buchenholz) ▪ nachhaltige, robuste und wetterfeste Taschen aus alten LKW-Planen, gebrauchten Autogurten und verbrauchten Fahrradschläuchen ▪ Lokale Produktion und Materialbeschaffung ▪ Die Flachsfasern Hanf und Leinen stammen aus Frankreich, Belgien und Holland ▪ Auf Baumwolle wird wegen der schlechten Ökobilanz, des hohen Wasserverbrauchs und den weiten Transportwegen verzichtet ▪ Sämtliche Materialien verrotten vollständig
Heinz & Dorothea Hess (Gründer) Firma Hessnatur Marc Sommer & Marina Chahboune (Geschäftsführung)	Motto: <u>Modelabel für grüne, faire und nachhaltige Mode</u> ▪ Modelabel für grüne, faire und nachhaltige Mode aus Deutschland ▪ Mitglied der „Fair Wear Foundation“ als erste deutsche Firma ▪ Upcycling-Kollektion aus Kleidungsstücken und Resten aus vorherigen Kollektionen ▪ Entwicklung eines hochwertigen, handgewebten Denimstoff aus Bangladesch (nach Fabrikeinsturz von Rana Plaza im Jahr 2013) Hessnatur entwickelte in Kooperation mit Living Blue einen handgewebten, hochwertigen Denim-Stoff, welcher in Bangladesch hergestellt werden soll. Hierbei soll das Handwerk, die Kultur, die Strukturen und die Rohstoffe von Bangladesch in den Vordergrund gerückt werden. Faire Arbeitsbedingungen und das Verwenden von nachhaltigen Produkten stehen jeher an oberster Stelle. <u>Merkmale:</u> ➤ Fördert den Anbau von Biobaumwolle ➤ Chemiefreie Kleidung ➤ Verwendung von Naturmaterialien und nachhaltigen Produkten ➤ Setzt sich für die Rechte der Arbeiter in den Textilfabriken ein → soziale Arbeitsbedingungen ➤ Unterstützung von Umwelt- und Klimaschutz ➤ Stärken die Textilökologie ➤ Festigen die Entwicklungszusammenarbeit

Modelabel/ Designer/ Firma	Fair-Fashion-Konzept, Ideen, Vorgehensweisen
Vivienne Westwood Mode mit Botschaft	Motto: <u>Qualität statt Quantität</u> → „Buy less, choose well, make it last“ ▪ Zusammenarbeit mit der Ethical Fashion Initiative (EFI) des International Trade Center (Zusammenarbeit mit Welthandelsorganisation) ▪ Africa Collection = Kleidungsstücke werden in Afrika produziert, vor allem von Frauen. Gerade im Land Kenia erhalten viele Frauen einen guten Job mit guten Löhnen, um die Familie zu versorgen ▪ Kunsthandwerk wird unterstützt ▪ Schulungen für die Mitarbeiter in Kenia ▪ Die Kinder werden zur Schule geschickt ▪ Kollektionen werden in den eigenen italienischen Fabriken hergestellt ▪ Engagement für die Umwelt (Klimawandel) und mehr Gerechtigkeit (Menschenrechte) auf der Welt
Orsola De Castro Upcycling-Label „From Somewhere“ Fashion Revolution	Motto: <u>„Der Kunde hat mehr macht als der glaubt“</u> Upcycling-Modedesignerin Gründung des Upcycling-Labels „From Somewhere“ Stellte Kleidung aus Textilabfall von Fabriken her Begründerin der „Fashion-Revolution-Bewegung“ <u>Ziel:</u> Revolutionierung der Modeindustrie Transparenz in der gesamten textilen Wertschöpfungskette, nicht nur für das Endprodukt Eine wertschätzende Modeindustrie Menschenwürdige Löhne Verwendung lokaler, fairer und nachhaltiger Materialien Sensibilität hervorrufen, sowohl bei den Designern, den Firmen, den Verbrauchern und den Politikern Lokale Herstellung von Kleidung

Anhang B H&M Group: Sustainability Performance Report 2019

H&M Group

Sustainability Highlights 2019

Our vision is to lead the change towards a circular and climate positive fashion industry, while being a fair and equal company across our entire value chain. In 2019, we:



Leading the Change

Ranked **Top 5** in Fashion Revolution's Fashion Transparency Index.

Used AI for even more **sustainable decision-making** across our value chain — from designing for better resource use to improved forecasting of demand.

Provided information about materials and factories where products from H&M and H&M Home are made — our first step to **increase transparency** for customers.



Fair & Equal

Reached over **11 million** workers in our production supply chain with Industrial Relations and Workplace Dialogue Programmes.

Offered new training in greater knowledge around diversity and inclusion — completed by **3,600 employees**.

Made sure about **900,000** workers in our production supply chain benefit from improved Wage Management Systems.



Circular & Climate Positive

Collected **29,005 tonnes** of garments for recycling and reuse — equivalent to about **145 million T-shirts**.

Launched new sustainable materials made from **pineapple, algae and citrus**, as well as a cutting-edge recycled fabric from Renewcell.

Offered more sustainable ways for customers to enjoy products, such as **repair and rental**.

Were included in the CDP's 2019 A List, recognising **pioneers for action on climate change, water and deforestation**.

Explored new business models that enable a more circular fashion industry — for example **on-demand, resale and remanufacture**.

H&M Group **H&M** **COSS** **WEEKDAY** **MONCL** **#HOMIE** **A.ESSENCE** **ARKET** **STUDIO** **SILVIA**

Find out more about all our sustainability efforts at sustainabilityreport.hmgroup.com



Abbildung 10: Sustainability Highlights 2019 - H&M Group¹⁷⁷

¹⁷⁷ H & M Hennes & Mauritz AB 2019, Sustainability Highlights 2019

Anhang C Strukturskizze der exempl. Unterrichtsstunde

Strukturskizze			
Datum:	Schule/Klasse: Klasse 8 - Realschule/ Werkrealschule		
Fach: Mensch und Umwelt	Zeit:	Thema: Die Reise unserer Kleidung – die textile Lieferkette	
Unterrichtsziele/Kompetenzerwartungen: ➤ Die SuS sind in der Lage, ihr eigenes Kaufverhalten in Worten auszudrücken und zu beschreiben. ➤ Die SuS können ihren eigenen Modekonsum mit ihren Mitschülern vergleichen und sich darüber austauschen. ➤ Die SuS kennen die Bedeutung der Informationen auf den Kleidungsetiketten und können diese deuten und erklären. ➤ Die SuS können den Begriff „textile Kette“ in eigenen Worten definieren und die acht dazugehörigen Kettenglieder aufzählen. ➤ Die SuS lernen die Oberbegriffe der acht Kettenglieder der textilen Lieferkette kennen und wissen, welche Arbeitsschritte zu den jeweiligen Kettengliedern gehören ➤ Die SuS können die Inhalte der einzelnen Kettenglieder der textilen Kette in eigenen Worten erklären. ➤ Die SuS wissen, wo die verschiedenen Produktionsschritte der Kleidung stattfinden. ➤ Die SuS können ausgehend der textilen Kette exemplarisch die Produktionsschritte nachvollziehen und kennen den Weg von der Baumwolle zum T-Shirt (Kompetenz: Bildungsplan-Realschule Klasse 8).			
Soziale Förderziele: ➤ Die SuS sind in der Lage, dem Onlineunterricht aufmerksam zuzuhören und in aktiven Arbeitsphasen eigenständig zu arbeiten. ➤ Die SuS können einem Film zum Thema aufmerksam zuhören und sich Notizen zum Sachverhalt machen, um diese anschließend im Plenum zusammenzutragen und zu besprechen. ➤ Die SuS können ihre Lernmappe „Die Reise unserer Kleidung“ zuhause selbständig führen, ausfüllen und ggf. nach Hilfestellungen fragen, wenn diese von Nöten sind. ➤ Die SuS erweitern ihren Wortschatz, indem sie neue Fachbegriffe kennen lernen. ➤ Die SuS können Arbeitsanweisungen wiederholen und richtig umsetzen. ➤ Die SuS können ihre Fragen formulieren und um Hilfe bitten. ➤ Die SuS sind in der Lage, Ideen, Vorschläge und Vermutungen zu äußern. ➤ Die SuS sind in der Lage, Online-Gruppenarbeiten durchzuführen und Aufgaben in der Gruppe zu bearbeiten.			

Zeit / Phase	Lehrer-Schüler-Interaktion	Didaktisch-methodischer Kommentar	Sonstige Notizen	Arbeits-/ Sozialform	Medien
<u>Einstiegsphase:</u> Stunde 1: 45 min	Die Lehrperson (LP.) lädt alle SuS in das Zoom-Online-Meeting ein. Sobald alle SuS anwesend sind, lässt die LP. die Klangschaale erklingen, um den SuS zu signalisieren, dass der Unterricht beginnt. Sobald alle SuS aufmerksam sind, werden die SuS begrüßt. Da der Online-Unterricht für alle Beteiligten eine neue Situation ist und auch meist mit Herausforderungen für Lehrer und Schüler*innen verbunden ist, startet die Klasse mit einem kurzen Daumenfeedback auf die Frage: Wie geht es dir, wie geht es mir heute? Die LP. startet die Unterrichtseinheit mit	➤ Um die ungeteilte Aufmerksamkeit der SuS zu erhalten, verwendet die LP. die Klangschaale als ritualisiertes Geräusch ➤ Ritual ➤ Aufmerksamkeitssicherung ➤ Dieses Daumenfeedback ermöglicht es der LP., sich einen kurzen Überblick über die Gefühlslage der SuS zu machen. Sind alle technischen Probleme gelöst, hat jeder der SuS die uneingeschränkte Möglichkeit, am Unterrichtsgeschehen teilzunehmen ➤ Teilnahmefür alle SuS	➤ Technische Ausrüstungen werden von der Schule bereitgestellt ➤ Notfall Betreuung in der Schule möglich, für berufstätige Eltern, die ihre Kinder nicht beaufsichtigen können bzw. technische Barrieren an der Teilnahme hindern. ➤ Jedem der SuS liegen die Unterrichtsmaterialien in ausgedruckter Form vor ➔ Bei technischen Schwierigkeiten können die SuS gegebenenfalls	Online-plenum	Stunde 1: Laptop Zoom Power Point Präsentation Lernmappe Klang-schaale Kleiderschrank Arbeitsblatt für Zuhause

Zeit / Phase	Lehrer-Schüler-Interaktion	Didaktisch-methodischer Kommentar	Sonstige Notizen	Arbeits-/ Sozialform	Medien
	folgenden Satz: „Ich habe heute eine merkwürdige Frage an euch. Ich möchte wissen, welche Kleidungsstücke du gerade trägst?“ Die SuS antworten nacheinander auf die Frage der LP. und anschließend öffnet die LP. die Power Point für die kommende Unterrichtseinheit. LP.: „Wir haben gerade herausgefunden, dass wir alle unterschiedliche Kleidung, aus unterschiedlichen Stoffen, unterschiedliche Formen und in unterschiedlichen Farben tragen. Wir wollen uns heute und in den nächsten 2 Wochen auf eine Reise begeben, nämlich auf „die Reise unserer Kleidung“. Hast du eine Vermutung, was das bedeuten soll, kannst du dir etwas unter „der Reise unserer Kleidung vorstellen?“	➤ Aufmerksamkeitssicherung ➤ Interesse und Motivation der SuS wecken ➤ Schüleraktivierung, Aufmerksamkeitssicherung ➤ Einstiegsfrage für alle, als Hinführung zum Thema ➤ Schüleraktivierung ➤ Die SuS sollen das Thema selbst erraten/ benennen ➤ Impuls ➤ Visualisierung durch das Titelbild der Präsentation ➤ Sprech Anlass ➤ Schüleraktivierung ➤ Transparenz der Einheit ➤ Vermutungen äußern lassen → Schüleraktivierung, Vorwissen abfragen, Sprech Anlass geben	allein weiterarbeiten ➤ Die LP. weist in regelmäßigen Abständen darauf hin, dass Fragen, Anregungen und Eigenwissen jederzeit gewünscht sind – LP. ermutigt auch die schüchternen SuS dazu, sich bei Fragen oder Anregungen bemerkbar zu machen und durch das virtuelle Handheben jederzeit Fragen zu dürfen ➔ Positive Fragekultur und positive Frageatmosphäre		Power Point

	➔ Folie 1 Nachdem die SuS ihre Vermutungen geäußert haben, erklärt die LP. in kurzen, einfachen Sätzen den Ablauf der Unterrichtseinheit. ➔ Folie 2 Die zweite Folie der Präsentation soll die SuS dazu auffordern, sich eine der sechs Fragen zum Thema Mode und Kleidung herauszusuchen, zu dem die SuS etwas sagen möchten bzw. Können. ➔ Ggf. die Lernmappe hinzuziehen und in den vorherigen Themenkomplexen nachschauen Die LP. macht die SuS darauf aufmerksam, dass Kleidung bei jedem im Alltag eine wichtige Rolle spielt und jeder mit Kleidung seine Erfahrungen macht.	➤ Überblick für die SuS ➤ Orientierung bieten ➤ Kurze Themenbenennung, damit die SuS in der Stunde ankommen und sich auf das Thema einlassen können. ➤ Transparenz des Stundenthemas ➤ Die LP. hat bewusst mehrere offene Fragen ausgewählt, damit alle SuS die Möglichkeit haben, an der Gesprächsrunde teilzunehmen. Die Fragen sind kurz und mit einfachen, eindeutigen Worten gestellt, damit auch die SuS mit Deutsch als Zweitsprache an der Gesprächsrunde teilnehmen können ➔ positive Fehlerkultur ➔ Es gibt kein richtig und falsch Hilfestellung: Lernmappe als Wissenssammlung und Nachschlagewerk	➔ LP. spricht die SuS sowohl persönlich als auch im Text, auf den Arbeitsblättern und der Power Point in der DU-Form an, so fühlen sich die SuS persönlich angesprochen und die Aufmerksamkeit kann aufrecht erhalten bleiben		
--	---	---	--	--	--

Zeit / Phase	Lehrer-Schüler-Interaktion	Didaktisch-methodischer Kommentar	Sonstige Notizen	Arbeits-/ Sozialform	Medien
	→ Gesprächs- und Diskussionsrunde zum Thema Kleidung und Mode – Einführung ins Thema → Wiederholung vorausgehender Unterrichtseinheiten (Funktion von Kleidung, Historie der Mode, Stoffe und Materialien, Pflege von Kleidung, Textiltechniken) → Folie 3 Anschließend stellt die LP. zwei Schätzfragen, um die SuS in das Thema zu führen. 1. Wie viele T-Shirts hast du ungefähr im Kleiderschrank? 2. Wie viele Jeanshosen hast du ungefähr im Kleiderschrank? (je nach Zeit den SuS eine kurze 5 Min Pause geben, in welcher sie die T-Shirts und Hosen zählen können)	➤ Interesse Wecken ➤ Vorerfahrungen und Wissen der SuS einholen und testen ➤ Lernmappe ➤ Schüleraktivierung ➤ Aufmerksamkeitssicherung ➤ Motivation zum Zuhören ➤ Vorarbeit und frühe Hinführung zum Thema: Fast Fashion (zu viele, günstige Kleidungsstücke) ➤ Sensibilisierung für den eigenen Kleiderkonsum ➤ Gespür für den eigenen Klamottenkonsum fördern ➤ Die SuS sollen über ihr eigenes Kaufverhalten nachdenken und ggf. mit den Mitschülern vergleichen			
	→ Folie 4 Die LP. hat das gesamte Thema in eine Geschichte eingebaut, welche die SuS auf der Reise der Kleidung begleiten. Sie geben Hinweise, Tipps und sollen den SuS helfen, das Thema zu verstehen. Nachdem die LP. die einzelnen Charaktere vorgestellt hat, werden die Rollen von Lili, Hanna, Tim, Marc und Tina an freiwillige SuS verteilt.	➤ Gefühl für Mengen fördern ➤ Reduktion der Lehrersprache: Aufmerksamkeitssicherung, da nicht die LP. spricht, sondern die Mitschüler ➤ Charaktere als Repräsentanten des Themas ➤ Visuelle Darstellung ➤ Geschichte als Motivationshilfe			
Überleitung: Stunde 1: 45 min	→ Folie 4 – Folie 7 Die SuS lesen den Beginn der Geschichte vor (jeder seinen Charakter). Den Leser übernimmt die LP. → Kurze Einführungsgeschichte (Geschichte als Rahmen der Unterrichtseinheit)	➤ Sprecherwechsel erhöht die Zuhörbarkeit ➤ Gemeinsames Lesen ermöglicht die Teilnahme für alle SuS, ➤ Unterstützung für die SuS mit Deutsch als Zweitsprache			

Zeit / Phase	Lehrer-Schüler-Interaktion	Didaktisch-methodischer Kommentar	Sonstige Notizen	Arbeits-/ Sozialform	Medien
	1) Freunde treffen sich auf dem Spielplatz 2) Lili entdeckt ein Etikett in der Hose 3) Made in Bangladesch? 4) Die Freunde überlegen gemeinsam, was das bedeuten kann. 5) Frage: Kommen alle Kleidungsstücke aus dem Ausland? Die LP. wiederholt die Frage von Marc noch einmal und verpackt diese in einen Arbeitsauftrag. Anschließend folgt eine aktive Arbeitsphase, in welcher die SuS den eigenen Kleiderschrank inspizieren müssen (siehe Folie 8)	➤ Schwere und lange Wörter werden in einer differenzierten Variante angezeigt: z.B.: Silbenschrift: Arbeitsauftrag für Zuhause z.B.: weniger Arbeitsaufträge z.B.: Schrift unterstützt mit Bildern und Darstellungen (vor allem neue Wörter)			
Arbeitsauftrag Stunde 1: 45 min	Die LP. nutzt die Klangschale, um die Aufmerksamkeit der SuS erneut zu gewinnen. Die LP. verwendet einfache und kurze Sätze,	➤ Ritual ➤ Aufmerksamkeitssicherung			

	um den SuS den weiteren Arbeitsauftrag zu erklären. LP.: „Damit ihr mir jetzt nicht vor dem Laptop einschlaft, dürft ihr nun selbst aktiv werden. Eure Aufgabe ist es, euren Kleiderschrank zuhause unter die Lupe zu nehmen. Suche dir maximal 5 deiner Lieblingsstücke aus und schaue sie dir genauer an, so wie es Lili, Tim, Marc und Hanna gemacht haben. In deiner Lernmappe findest du auf Seite 8 eine Tabelle. In der ersten Spalte findest du das Wort „Kleidungsstück“. Hast du eine Idee, was du in die Spalte „Kleidungsstück“ reinschreiben sollst? ... genau, hier schreibst du rein, ob du eine Hose, einen Pullover oder eine Jacke untersuchst.“ ➔ Die SuS antworten lassen ➔ Jede Spalte wird einzeln mit den SuS besprochen,	➤ Kurze und einfache Sätze, damit der Arbeitsauftrag und der Sprachinhalt von allen SuS verstanden werden kann ➤ Zeit und Raum einbauen für Fragen und Anregungen ➤ Gemeinsames Besprechen des Arbeitsauftrages (Verständnissicherung) ➤ Je nach Lerngeschwindigkeit, hat jedes Kind eine andere Anzahl an Kleidungsstücken, die es untersuchen muss (Differenzierung) ➤ Arbeitsauftrag nochmal von 1-2 SuS in eigenen Worten wiederholen lassen (Evtl. SuS, welche Schwierigkeiten beim Zuhören oder Aufgabenverstehen haben → Lehrperson als Modell → Aufmerksamkeitssicherung			
--	---	--	--	--	--

Zeit / Phase	Lehrer-Schüler-Interaktion	Didaktisch-methodischer Kommentar	Sonstige Notizen	Arbeits-/ Sozialform	Medien
	um so mögliche Lese- und Verständnisbarrieren zu vermeiden LP.: „In der letzten Spalte siehst du eine Kamera. Hmmm...“ Die LP. nutzt einen stillen Impuls, damit die SuS stets aufmerksam bleiben und mitdenken. Die LP. weist alle SuS noch darauf hin, dass in der nächsten Stunde über die Tabellen gesprochen wird und jeder seinen Kleiderschrank einmal vorstellen kann. Nachdem es keine Fragen mehr gibt, verabschiedet sich die LP. von den SuS und entlässt sie mit ihrem Arbeitsauftrag in die Hausarbeit.	➤ Verständnissicherung ➤ SuS haben die Möglichkeit, direkt Fragen zu stellen, falls Unklarheiten auftreten sollten ➤ Stiller Impuls			
<u>Einstieg in die nächste Onlinesitzung:</u> Stunde 2: Doppelstunde (90 min)	1. Begrüßung Die LP lädt alle SuS in das Zoom-Online-Meeting ein. Sobald alle SuS anwesend sind, lässt die LP. die Klangschale erklingen, um den SuS zu signalisieren, dass der Unterricht beginnt. Sobald	➤ Reduktion der Lehrersprache ➤ Einsatz von Ritualen (Normalität trotz Onlineunterricht) ➤ Wiederholung und Sicherung des Gelernten	➤ Farbliche Markierung von „dass“ ➤ Analog zum Klassenzimmerplakat	Onlineplenum Gruppenarbeit	Laptop Zoom Präsentation Ausgefüllte Tabellen zur
	alle SuS aufmerksam sind, werden die SuS begrüßt. 2. Daumenfeedback (Wie geht es mir, wie geht es dir?) ➔ Folie 11 – Folie 12 3. Kurze Wiederholung der letzten Stunde (Was hast du dir gemerkt, was war für dich interessant?) 4. Start in die nächste Stunde Nachdem die SuS zuhause Zeit hatten, die Tabelle auszufüllen, werden in der nächsten Onlineeinheit einige Tabellen online vorgestellt. ➔ Austausch über die Kleiderschränke ➔ Austausch über Marken, Materialien und Herstellungsorte Ziel ist es, dass die SuS ein Gefühl entwickeln, wo die Mehrzahl der Kleidungsstücke	➤ Sprech Anlass für alle SuS ➤ Satzstarter: Förderung der Grammatik (Haupt- und Nebensätze mit „dass“) ➔ Fächerübergreifende Förderung ➤ Die SuS stellen ihren eigenen Kleiderschrank vor und bekommen ein Gefühl für ihren eigenen Stil und Konsum. Sie lernen ihre Kleidung kennen, wo es hergestellt wurde, aus welchem Material es ist und von welcher Marke ➔ Gefühl für das eigene Kaufverhalten fördern = wichtig für die spätere Eigenreflexion ➤ Hinführung Fast Fashion ➤ Überleitung zur nächsten Frage: Warum kommt alles aus dem Ausland?	➤ Hilfestellung und Wiederholung von Haupt- und Nebensätzen ➤ Lehrer als sprachliches Modell		Kleiderschrankrecherche Lernmappe Filme Materialien fürs Gruppenpuzzle Informationstexte Textmarker Material für die Hausaufgaben: - Lernmappe - Arbeitsblätter - Lösungsblatt - Schere - Kleber

Zeit / Phase	Lehrer-Schüler-Interaktion	Didaktisch-methodischer Kommentar	Sonstige Notizen	Arbeits-/ Sozialform	Medien
	herkommt und aus welchem Material sie sind - Bangladesch, Türkei, China (Ausland) - Polyester				
Überleitung: Stunde 2: Doppelstunde (90 min)	→ Folie 13 Die Geschichte von Lili, Hanna, Marc und Tim geht weiter. → Marc stellt die Frage, warum unsere Kleidung größtenteils aus dem Ausland kommt → Die SuS werden für 10 Minuten in virtuelle Gruppen eingeteilt, tauschen sich aus und sammeln Ideen. LP.: „Wir haben ja bei unserer Kleiderschrankanalyse festgestellt, dass die meisten Kleidungsstücke aus dem Ausland kommen. Das ist den Freunden aus unserer Geschichten auch aufgefallen. Marc hat sich gefragt, warum unsere Kleidung eigentlich aus	➤ Wiederholung der Geschichte ➤ Motivation der SuS ➤ Reduktion der Lehrersprache ➤ Wechsel der Sozialform, damit die SuS selbst zum Sprechen und Denken kommen und aufmerksam bleiben ➤ Schüleraktivierung ➤ Austausch der SuS untereinander ➤ Wiederholung der Fragestellung für die Gruppenarbeit			

	dem Ausland kommt und nicht aus Deutschland. Hmm...ich möchte euch jetzt gleich für 10 Minuten in die Gruppenarbeit schicken. Eure Aufgabe ist es dann, Gründe zu überlegen, warum das so ist, warum unsere Kleidung meistens aus dem Ausland kommt. Macht euch Notizen in eurer Lernmappe, die können euch auf unserer Reise vielleicht noch hilfreich sein. Auf der Seite 50 in eurer Lernmappe habt ihr ganz viel Platz für Notizen.				
Arbeitsphase: Stunde 2: Doppelstunde (90 min)	→ Folie 14 Die SuS arbeiten gemeinsam in ihren Gruppen an der Frage: „Warum wird unsere Kleidung im Ausland hergestellt?“ Die SuS sollen gemeinsam Ideen und Vermutungen sammeln und in ihrer Lernmappe festhalten. Auch hier lässt die LP. 1-2 SuS den Arbeitsauftrag in	➤ Selbständiges Arbeiten fördern ➤ SuS-Kommunikation fördern ➤ Schüleraktivierung und eigene Sprechanteile ➤ Die LP. springt in regelmäßigen Abständen in die virtuellen Gruppenarbeiten und dient als Hilfestellung (ggf. Kontrolle ob alle Gruppen arbeiten)	➤ Virtuelle Gruppenchats können von der LP. eingerichtet werden ➤ Die LP. kann ebenfalls die Gruppen selbst einteilen und einen zeitlichen Rahmen für die Gruppenarbeit festlegen		

Zeit / Phase	Lehrer-Schüler-Interaktion	Didaktisch-methodischer Kommentar	Sonstige Notizen	Arbeits-/ Sozialform	Medien
	eigenen Worten wiederholen Die SuS finden die Fragen auch immer parallel in ihrer Lernmappe. → Folie 15 Nachdem die Zeit abgelaufen ist, treffen sich alle wieder im gemeinsamen Chat- und Videoraum. Gemeinsam wird über die Ideensammlung der SuS gesprochen und diskutiert. Die Ideen werden in einer Mindmap zusammen mit der LP. eingetragen. → Folie 16 Die Geschichte geht weiter und Lili sagt: „Um herauszufinden, wo, wann, von wem und wie unsere Kleidung hergestellt wird, müssen wir uns auf die Weltreise begeben und uns verschiedene Schritte genauer anschauen.“ → Folie 17 Die LP. hat einen Film mitgebracht, den sich die SuS nun gemeinsam mit der LP. anschauen.	➤ Verständnissicherung und Merkhilfe ➤ Die Gruppen werden von der LP. eingeteilt. Die LP. hat sich im Vorhinein bereits Gedanken gemacht über die Gruppenzusammensetzung. ➤ Gemischte Gruppen ➤ Nicht nur Peer-Groups zusammen, damit die SuS auch mal andere Ansichten und Kulturen kennenlernen ➤ Geschichte als Überleitung ➤ Visuelle Darstellung als Motivation und Schüleranregung ➤ Motivationsförderung und Aufmerksamkeitssicherung (Die Sprecher der Charaktere müssen stets aufmerksam sein, damit sie keinen Einsatz verpassen) → Auflockerung ➤ Filme tragen zum Verständnis bei und			
	LP.: „So, damit nicht nur ich spreche, habe ich euch ein kleines Video mitgebracht, dass wir uns jetzt gleich gemeinsam anschauen werden. Mir ist wichtig, dass du gut zuhörst. Dieser kleine Film heißt „Die Lieferkette eines T-Shirts“. Hmmm.... Wer hat den das Wort Lieferkette schon einmal gehört, mal kurz die Hand hoch?...oh, sehr gut, da haben wir ja schon einige Experten unter uns. Kann denn jemand erklären, was eine Lieferkette ist? In dem Film wird uns die Lösung verraten. Pass also gut auf und mach dir Notizen, falls du das möchtest.“ →Film wird angeschaut →Textile Lieferkette wird eingeführt → Folie 18 – Folie 19 Nach dem Film sprechen die SuS mit der LP. über den Film und lösen die Frage auf, was die Lieferkette denn bedeutet.	sind motivierend für die SuS ➤ Abwechslung in der didaktischen Methode ➤ Vorwissen abfragen ➤ SuS Vermutungen äußern lassen ➤ Je nach Antwort loben und korrekatives Feedback geben oder die Frage offenlassen und den Film zeigen. ➤ Wortschatzerweiterung- und Förderung ➤ Einführung von themenspezifischen Fachbegriffen und Wortschatzinventar ➤ Gemeinsames Besprechen ➤ Verständnissicherung ➤ Je nach Zeit, kann die LP. einen Handy-Rechercheauftrag erteilen. Die SuS sollen mit ihrem eigenen Smartphone nach der „textilen Lieferkette“ googlen (Einbezug der digitalen Medien) ➤ Das Wort „textile Kette“ wird mit der Aufgabe			

Zeit / Phase	Lehrer-Schüler-Interaktion	Didaktisch-methodischer Kommentar	Sonstige Notizen	Arbeits-/ Sozialform	Medien
	Den entscheidenden Hinweis liefert Tina (Einführung des neuen Charakters der Rahmengeschichte) Tina erklärt den SuS, was die textile Lieferkette ist und was dahintersteckt. → Folie 20 – Folie 21 Der Begriff „die textile Lieferkette“ wird erstmals mit seinen acht Kettengliedern eingeführt. Bevor die einzelnen Kettenglieder im Detail besprochen werden, klären die SuS und die LP. zu Beginn, warum es textile „Kette“ → SuS fragen, ob sie Ideen und Vermutungen haben, wo der Wortlaut „Kette“ herkommen könnte. LP. stellt den SuS die verschiedenen acht Kettenglieder einmal vor. Gemeinsam werden die Begriffe gelesen. Die Wörter werden auseinandergenommen, um so das Verständnis für das Wort zu sichern, z.B.:	verknüpft → Weltverständnis sichern ➤ Begriffe in ihrem Wortaufbau und in ihrer Bedeutung klären → besonders wichtig für die SuS mit Deutsch als Zweitsprache ➤ Die Wortsammlung mit Erklärungen und Definitionen ist in der Lernmappe „die Reise unserer Kleidung“ im hinteren Teil der Mappe zu finden ➤ Differenzierungen möglich	Differenzierungen in der Lernmappe: Wort und Definitionen-Sammlung: - Länge der Erklärungen kann variieren - Wörter können mit Bildern ergänzt werden - Die Komplexität der verwendeten Wörter kann variieren		
	1. die Textilerzeugung 2. Artikel klären die Textilerzeugung 3. Welche anderen Wörter stecken in „Textilerzeugung“? Textil= Erzeugung= Die LP. weist alle SuS auf ihr Modellexikon hin. Eine Art Duden für die Themeneinheit: Mode, Klamotten, die textile Lieferkette, Fast Fashion und Fair Fashion. Hier können die SuS alle Begriffe und Definitionen nachlesen mit Erklärungen und Bildern. Es ist ebenfalls Platz für eigene Ergänzungen.	➤ Jedes Kettenglied ist farblich markiert → dient als Merkhilfe im weiteren Verlauf			
<u>Arbeitsauftrag und Arbeitsphase:</u> <u>Stunde 2:</u> <u>Doppelstunde</u> <u>(90 min)</u>	Nachdem der Begriff der textilen Lieferkette ausgiebig geklärt wurde, steht ein virtuelles Gruppenpuzzle an. 1. Arbeitsauftrag in einfachen und kurzen Sätzen	➤ Eigenaktivität der SuS ➤ Selbständiges, eigenverantwortliches Arbeiten der SuS alleine und in Gruppen wird gefördert ➤ Förderung der Kommunikationsfähigkeit	➤ Die Lernmappe der SuS beinhaltet alle acht Informationstexte, damit die SuS bei Interesse nochmals		

Zeit / Phase	Lehrer-Schüler-Interaktion	Didaktisch-methodischer Kommentar	Sonstige Notizen	Arbeits-/ Sozialform	Medien
	erklären. Jeder erhält eine Zahl von 1-8 2. Expertengruppe: Zuerst treffen sich alle Kinder mit der gleichen Zahl in einer Gruppe zusammen und bearbeiten ihren Infotext (z.B.: alle 1er zusammen, alle 2er...) 3. Nach 15 Minuten kommen wieder alle zusammen und die LP. teilt neue Gruppen ein (Gruppe besteht aus 1-8) 4. In der zweiten Gruppe stellt jedes Kind sein Expertenkettenglied vor 5. Zum Schluss hat jedes Kind die acht verschiedenen Kettenglieder der textilen Lieferkette kennengelernt → Folie 28 - 42	it der SuS (arbeiten in Gruppenarbeiten) ➤ Die Fähigkeit „Fragen zu stellen und sich Hilfe zu holen bei Problemen“ wird in dieser Phase des Unterrichts gelernt und geübt. Informationsblätter: - Einfache Sätze - Wichtige Wörter sind markiert - Kinder mit DaZ haben individuelle Texte in der Lernmappe - Direkte Ansprache (Motivation wird erhöht) ➤ Visuelle Darstellung → Zuordnung auf der Weltkarte → Verständnis sichern für die Herstellungsorte unserer Kleidung → Sensibilisierung für die Ausmaße ➤ Die SuS sollen ein Gefühl für die Ausmaße der textilen Lieferkette bekommen und dessen	nachlesen können. ➤ LP. springt zwischen den verschiedenen Gruppen hin und her und dient als Hilfestellung bei Fragen und Problemen ➤ Weltkarte ist ebenfalls in der Lernmappe enthalten ➤ Mit Hilfestellungen zum selbstzuordnen		
	Ab der Folie 28 übernehmen die Kinder aus der Geschichte die Führung der Präsentation. Lili gibt den Auftrag, die Kettenglieder einmal auf der Weltkarte einzuzichnen. Die LP. gibt zusätzliche Impulse und Erklärungen. Ziel ist es, dass die SuS ein Verständnis dafür bekommen, wo unsere Kleidung hergestellt wird, wie viele km ein T-Shirt zurücklegen muss, damit wir es bequem im Laden kaufen können. → Folie 43 Auf der Folie 43 ist nochmal ein kurzer Film gespeichert, welchen die LP. im Anschluss an die Gruppenarbeit zeigt. Hier werden nochmals wichtige und interessante Informationen über die textile Lieferkette vermittelt. Dieser Film ist nicht als Einstieg geeignet, sondern dann einzusetzen, wenn die SuS bereits Experten im	Produktionsschritte kennenlernen ➤ Filme tragen zum Verständnis bei und sind motivierend für die SuS ➤ Abwechslung in der didaktischen Methode ➤ Verständnissicherung ➤ Schüleraktivierung			

Anhang D Präsentation für den Onlineunterricht – textile Kette

Die Reihenfolge der folgenden Präsentationsfolien, geeignet für den Onlineunterricht, ist von links nach rechts zu lesen.

Die Reise unserer Kleidung

Gesprächsrunde

Aufgabe: Suche dir eine (1) Frage aus, zu der du etwas sagen möchtest.

Was ist Kleidung?

Wo kaufe ich meine Kleidung am Liebsten?

Welche Kleidung trage ich nicht so gerne?

Wozu brauchen wir Kleidung?

Was bedeutet Kleidung für mich?

Welche Kleidung trage ich gerne?

Frage?

1. **Wieviele T-Shirts** hast du ungefähr im Kleiderschrank?
2. **Wieviele Jeans** hast du ungefähr in deinem Kleiderschrank?

Das sind die kleine Lili, Hanna, Tim und Marc. Nach der Schule treffen sich die Kinder immer auf dem Spielplatz neben ihrer Schule. Heute haben sie sich zum Fangen spielen verabredet. Doch als Lili sich ständig am Oberschenkel kratzte, fragt Hanna: „Lili, was hast du denn?“

Lili: „Ich habe da so ein komisches Etikett in meiner Hose und das kratzt ganz schrecklich!“

Das sind die kleine Lili, Hanna, Tim und Marc. Nach der Schule treffen sich die Kinder immer auf dem Spielplatz neben ihrer Schule. Heute haben sie sich zum Fangen spielen verabredet. Doch als Lili sich ständig am Oberschenkel kratzte, fragt Hanna: „Lili, was hast du denn?“

Hanna: „Zeig mal her. Was steht denn da drauf?“
 Lili: „Made in Bangladesch, was soll das denn bedeuten?“

Tim: „Das ist Englisch und bedeutet: Gemacht in Bangladesch. Könnten alle Kleidungsstücke aus Bangladesch???“

Lili: „Ich habe da so ein komisches Etikett in meiner Hose und das kratzt ganz schrecklich!“

Arbeitsauftrag für Zuhause

1. Suche dir 3 **Lieblingsstücke** aus deinem Kleiderschrank aus.
2. Untersuche deine **Kleidungsstücke** (siehe Tabelle).
3. Fülle die Tabelle in deiner Lernmappe: „Die Reise meiner Kleidung“ aus. Du findest sie auf S.8 in deiner Mappe ☺
4. Zeichne dein **Kleidungsstück**.

Kleidungsstück	Marke	Herstellungsort „Made in ...“	Material	Mein Kleiderschrank
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Arbeitsauftrag für Zuhause

1. Suche dir 5 **Lieblingsstücke** aus deinem Kleiderschrank aus.
2. Untersuche deine **Kleidungsstücke** (siehe Tabelle).
3. Fülle die Tabelle in deiner Lernmappe: „Die Reise meiner Kleidung“ aus. Du findest sie auf S.8 in deiner Mappe ☺
4. Zeichne dein **Kleidungsstück**.

Kleidungsstück	Marke	Herstellungsort „Made in ...“	Material	Mein Kleiderschrank
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Letzte Stunde?!

Ich habe mir gemerkt, dass...

Ich fand gut, dass...

Ich fand interessant, dass...

Ich fand nicht so gut, dass...

Kurze Vorstellung der Tabellen und der eigenen Kleidungsstücke über den Videochat

Das sind die kleine Lili, Hanna, Tim und Marc. Nach der Schule treffen sich die Kinder immer auf dem Spielplatz neben ihrer Schule. Heute haben sie sich zum Fangen spielen verabredet. Doch als Lili sich ständig am Oberschenkel kratzt, fragt Hanna: „Lili, was hast du denn?“

Hanna: „Zeig mal her. Was steht denn so drauf?“
 „Made in Bangladesch“, was soll das denn bedeuten?“

Tim: „Das ist Englisch und bedeutet: Gemacht in Bangladesch. Kannen alle Kleidungsstücke aus Bangladesch?“

Marc: „Mein T-Shirt kommt auch aus Bangladesch. Aber warum wird unsere Kleidung im Ausland gemacht?“

Lili: „Ich habe da so ein komisches Etikett in meiner Hose und das kratzt ganz schrecklich!“

Kurze Überlegungsrunde

Frage: Warum wird unsere Kleidung im Ausland hergestellt?

1. Visuelle Gruppenarbeit
2. 10 min Zeit
3. Ideensammlung mit allen zusammen

Ideensammlung: Warum wird unsere Kleidung im Ausland hergestellt?

Kleidung

„Um herauszufinden, **WO**, **WANN**, von **WEM** und **WIE** unsere Kleidung hergestellt wird, müssen wir uns auf die Weltreise begeben und uns verschiedene Schritte genauer anschauen.“

Gesamte Strecke: 54.000 km

Die Reise unserer Kleidung

URL: https://www.youtube.com/watch?v=8_xdgtEwKv8

POP CORN

Tina: „Ich habe mich gerade auch nochmal im Internet schau gemacht. Man nennt das „die textile Lieferkette“ oder auch Textile Wertschöpfungskette. Wenn wir wissen wollen, wie unsere Kleidung hergestellt wird, müssen wir uns die Lieferkette wohl mal genauer anschauen.“

Die textile Lieferkette
 Die Lieferkette beschreibt die gesamte Wertschöpfungskette von der Rohmaterialgewinnung bis zur Herstellung des Endprodukts. Sie umfasst die Gewinnung von Rohstoffen, die Verarbeitung zu Textilien, die Herstellung von Kleidungsstücken und die Distribution. Die Lieferkette ist ein komplexes Netzwerk, das viele Akteure und Prozesse umfasst. Die Lieferkette ist ein zentraler Bestandteil der Textilindustrie und hat einen großen Einfluss auf die Umwelt und die Arbeitsbedingungen. Die Lieferkette ist ein zentraler Bestandteil der Textilindustrie und hat einen großen Einfluss auf die Umwelt und die Arbeitsbedingungen.

Tina: „Ich habe mich gerade auch nochmal im Internet schau gemacht. Man nennt das „die textile Lieferkette“ oder auch Textile Wertschöpfungskette. Wenn wir wissen wollen, wie unsere Kleidung hergestellt wird, müssen wir uns die Lieferkette wohl mal genauer anschauen.“

Die textile Lieferkette
 Die Lieferkette beschreibt die gesamte Wertschöpfungskette von der Rohmaterialgewinnung bis zur Herstellung des Endprodukts. Sie umfasst die Gewinnung von Rohstoffen, die Verarbeitung zu Textilien, die Herstellung von Kleidungsstücken und die Distribution. Die Lieferkette ist ein komplexes Netzwerk, das viele Akteure und Prozesse umfasst. Die Lieferkette ist ein zentraler Bestandteil der Textilindustrie und hat einen großen Einfluss auf die Umwelt und die Arbeitsbedingungen. Die Lieferkette ist ein zentraler Bestandteil der Textilindustrie und hat einen großen Einfluss auf die Umwelt und die Arbeitsbedingungen.

Die textile Lieferkette

Die textile Lieferkette

1. Faser-erzeugung
2. Textil-erzeugung
3. Textil-veredlung
4. Konfektion
5. Verteilung
6. Gebrauch
7. Pflege
8. Verwertung/Entsorgung

Gruppenpuzzle

Die textile Lieferkette: Gruppenarbeit

- Jeder erhält eine Zahl von 1-8
- Expertengruppe: (15min)
 - Text gemeinsam lesen
 - wichtige Informationen untereinander
 - Gemeinsam über das Kettenglied sprechen
- Gruppenpuzzle
 - Jeder stellt sein Kettenglied vor, Kettenglied 1 beginnt

Schritt 1: die Fasererzeugung

Was ist Fasererzeugung? Wie wird sie gemacht? Woher kommen die Fasern? Welche Maschinen werden verwendet? Wie wird die Faser verarbeitet?

Schritt 2: die Textilerzeugung

Was ist Textilerzeugung? Wie wird sie gemacht? Welche Maschinen werden verwendet? Wie wird das Textil verarbeitet?

Schritt 3: die Textilveredlung

Was ist Textilveredlung? Wie wird sie gemacht? Welche Maschinen werden verwendet? Wie wird das Textil verarbeitet?

Schritt 4: die Konfektion

Was ist Konfektion? Wie wird sie gemacht? Welche Maschinen werden verwendet? Wie wird das Kleidungsstück hergestellt?

Schritt 5: die Verteilung

Was ist Verteilung? Wie wird sie gemacht? Welche Maschinen werden verwendet? Wie wird das Kleidungsstück verteilt?

Schritt 6: der Gebrauch

Was ist Gebrauch? Wie wird es gemacht? Welche Maschinen werden verwendet? Wie wird das Kleidungsstück benutzt?

Schritt 7: die Pflege

Was ist Pflege? Wie wird sie gemacht? Welche Maschinen werden verwendet? Wie wird das Kleidungsstück gepflegt?

Schritt 8: die Verwertung & Entsorgung

Was ist Verwertung & Entsorgung? Wie wird es gemacht? Welche Maschinen werden verwendet? Wie wird das Kleidungsstück verwertet oder entsorgt?

Lili: Lässt uns gemeinsam den Weg unserer Kleidung und die wichtigsten Informationen in die Weltkarte eintragen.

1. Faser-erzeugung

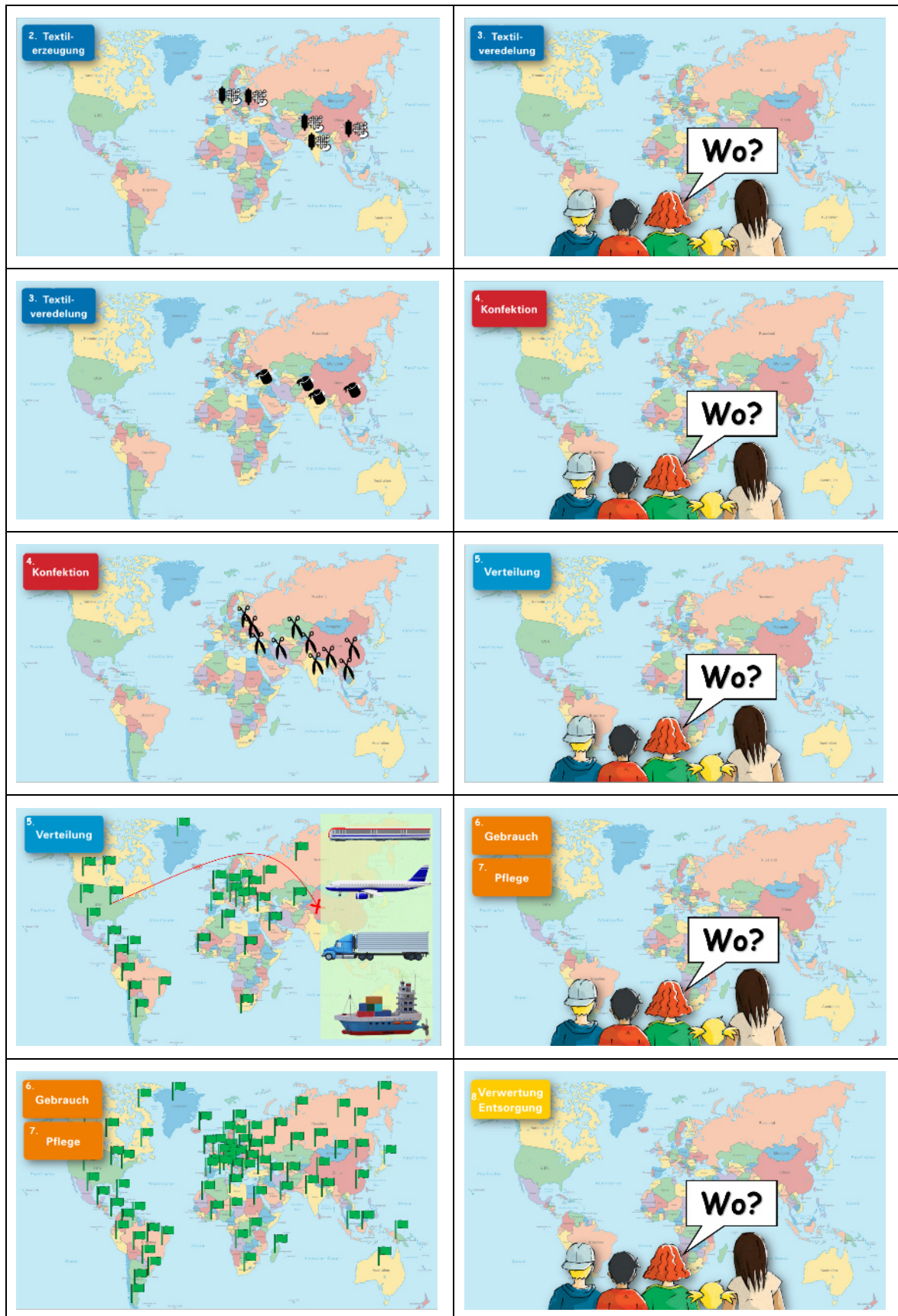
Wo?

2. Textil-erzeugung

Wo?

3. Konfektion

Wo?



Verwertung Entsorgung



Die textile Lieferkette



Arbeitsauftrag für Zuhause

- In deiner Lernmappe: „Die Reise meiner Kleidung“ findest du das **Arbeitsblatt 1** und das **Arbeitsblatt 2**.
- Für diese Hausaufgabe brauchst du eine Schere und einen Kleber.
- Schneide die Kästchen auf **Arbeitsblatt 1** aus und lege sie an die richtige Stelle.
- Wenn du dir sicher bist, dass alles richtig ist, kannst du das **Lösungsblatt** zur Hilfe nehmen und kontrollieren.
- Wenn du alles kontrolliert hast, dann klebe die Kästchen auf.



Arbeitsblatt 1

Schneide die Kästchen aus und lege sie auf das **Arbeitsblatt 2** an die passende Stellen.

- | | |
|--|--|
| Produktion des Saatguts
Anbau
Ernte | Richtige Pflege mit Hilfe von Pflegehinweisen
Halbwerke verlängern |
| Verteilung in der ganzen Welt
Verkauf in den Geschäften | Second Hand Nutzung
Müll
Recycling/Upcycling
Abkleidensammlung |
| Färben
Drucken
Texturierung ... | Herstellung von Faser und Garn (Spinnerei)
Produktion von Stoffen (Weberei/Stickerei) |
| Zuschneiden
Nähen
Sortieren und Verpacken | Täglicher Gebrauch von Textilien |



Arbeitsblatt 2

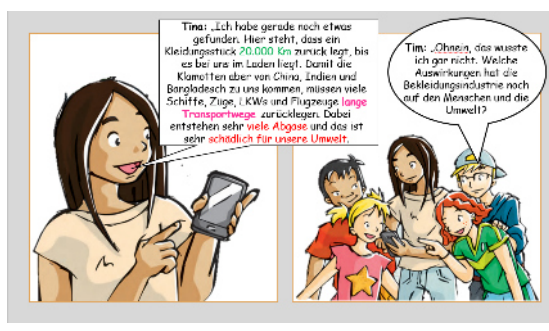
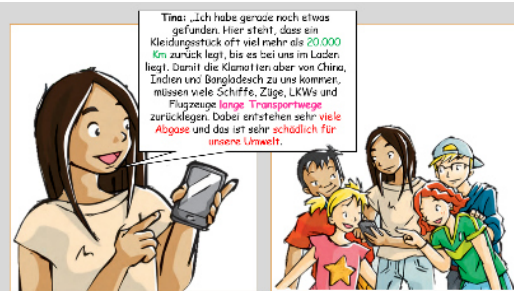
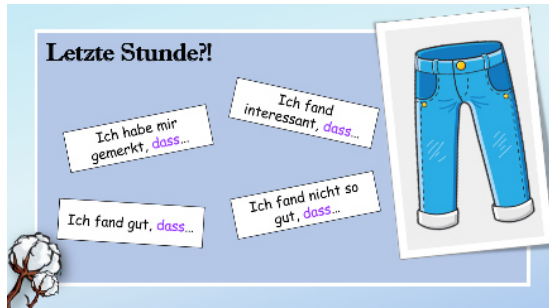
Hier legst du die ausgeschnittenen Kästchen hin. Wenn du alles mit dem **Lösungsblatt** kontrolliert hast, klebe deine Lösung auf.



Dein Lösungsblatt zur Kontrolle



Letzte Stunde?!



Frage?

Kannst du dir vorstellen, dass unser großer Kleiderkonsum auch **Nachteile** hat?

Wenn ja, an welchen Stellen der textilen Lieferkette vermutest du **Probleme**?



<table border="1"> <thead> <tr> <th>Vorteile von Fast Fashion</th><th>Nachteile von Fast Fashion</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>günstige Preise für die Mode</td><td> • Lange Transportwege als viel Abgas und CO₂ produzieren Bis zu 20.000 km </td></tr> <tr> <td>• schneller Wechsel der Kollektionen</td><td> • giftige Stoffe gelangen in die Kleidung und die Umwelt • Genetisch modifizierte Saatgut • Anwesen werden nebstherzt durch Chemikalien, giftige Stoffe beim Anbau der Vorbehandlung von Fasern, der Textilveredelung, dem Färben und dem Verzieren </td></tr> <tr> <td>• nur Profit für große Modeketten</td><td> • großer Verlust von Wasser, Energie, Chemikalien • Einsatz von natürlichen Ressourcen wie Erdöl, Kohle </td></tr> <tr> <td>• günstige Produktionskosten</td><td> • Kurzzeitigkeit der Kleidungsstücke → schlechte Qualität der Kleidung → viel Müll und Verschwendung der Stoffe • Triebkassenverschmutzung und Luftverschmutzung durch die Fabriken in den Produktionsländern/ Dritte Welt Länder • Schlechte Arbeitsbedingungen für die Arbeiter*innen in den Fabriken • Kinderarbeit und Zwangsarbeit • Schlechter Lohn → 800 € im Monat (Man + 2 Kinder brauchen 3200 € im Monat) • Armut für die Familien in den Produktionsländern/indem • Müllschutt und unendliche Behandlung der Arbeiter*innen • Keine Schutzkleidung • Überstunden → Arbeiter*innen arbeiten oft jeden Tag der Woche → bis zu 15 Std. am Tag • keine Arbeitssicherheiten → kein Helm und überhohen Kleidungsstücke entstehen schädliche und giftige Stoffe die sozialisch sind für Arbeiter*innen und der Umwelt • Keine festen Arbeitszeiten → kein fester Lohn </td></tr> </tbody> </table>	Vorteile von Fast Fashion	Nachteile von Fast Fashion	günstige Preise für die Mode	• Lange Transportwege als viel Abgas und CO₂ produzieren Bis zu 20.000 km	• schneller Wechsel der Kollektionen	• giftige Stoffe gelangen in die Kleidung und die Umwelt • Genetisch modifizierte Saatgut • Anwesen werden nebstherzt durch Chemikalien, giftige Stoffe beim Anbau der Vorbehandlung von Fasern, der Textilveredelung, dem Färben und dem Verzieren	• nur Profit für große Modeketten	• großer Verlust von Wasser, Energie, Chemikalien • Einsatz von natürlichen Ressourcen wie Erdöl, Kohle	• günstige Produktionskosten	• Kurzzeitigkeit der Kleidungsstücke → schlechte Qualität der Kleidung → viel Müll und Verschwendung der Stoffe • Triebkassenverschmutzung und Luftverschmutzung durch die Fabriken in den Produktionsländern/ Dritte Welt Länder • Schlechte Arbeitsbedingungen für die Arbeiter*innen in den Fabriken • Kinderarbeit und Zwangsarbeit • Schlechter Lohn → 800 € im Monat (Man + 2 Kinder brauchen 3200 € im Monat) • Armut für die Familien in den Produktionsländern/indem • Müllschutt und unendliche Behandlung der Arbeiter*innen • Keine Schutzkleidung • Überstunden → Arbeiter*innen arbeiten oft jeden Tag der Woche → bis zu 15 Std. am Tag • keine Arbeitssicherheiten → kein Helm und überhohen Kleidungsstücke entstehen schädliche und giftige Stoffe die sozialisch sind für Arbeiter*innen und der Umwelt • Keine festen Arbeitszeiten → kein fester Lohn	 Schätzfragen ?!
Vorteile von Fast Fashion	Nachteile von Fast Fashion										
günstige Preise für die Mode	• Lange Transportwege als viel Abgas und CO₂ produzieren Bis zu 20.000 km										
• schneller Wechsel der Kollektionen	• giftige Stoffe gelangen in die Kleidung und die Umwelt • Genetisch modifizierte Saatgut • Anwesen werden nebstherzt durch Chemikalien, giftige Stoffe beim Anbau der Vorbehandlung von Fasern, der Textilveredelung, dem Färben und dem Verzieren										
• nur Profit für große Modeketten	• großer Verlust von Wasser, Energie, Chemikalien • Einsatz von natürlichen Ressourcen wie Erdöl, Kohle										
• günstige Produktionskosten	• Kurzzeitigkeit der Kleidungsstücke → schlechte Qualität der Kleidung → viel Müll und Verschwendung der Stoffe • Triebkassenverschmutzung und Luftverschmutzung durch die Fabriken in den Produktionsländern/ Dritte Welt Länder • Schlechte Arbeitsbedingungen für die Arbeiter*innen in den Fabriken • Kinderarbeit und Zwangsarbeit • Schlechter Lohn → 800 € im Monat (Man + 2 Kinder brauchen 3200 € im Monat) • Armut für die Familien in den Produktionsländern/indem • Müllschutt und unendliche Behandlung der Arbeiter*innen • Keine Schutzkleidung • Überstunden → Arbeiter*innen arbeiten oft jeden Tag der Woche → bis zu 15 Std. am Tag • keine Arbeitssicherheiten → kein Helm und überhohen Kleidungsstücke entstehen schädliche und giftige Stoffe die sozialisch sind für Arbeiter*innen und der Umwelt • Keine festen Arbeitszeiten → kein fester Lohn										
 Schätzfragen ?! Wieviele Kleidungsstücke wurden im Jahr 2000 auf der ganzen Welt gekauft? a) 500 Tausend b) 10 Milliarden c) 50 Milliarden d) 100 Milliarden	 Schätzfragen ?! Wieviele Kleidungsstücke wurden im Jahr 2000 auf der ganzen Welt gekauft? a) 500 Tausend b) 10 Milliarden c) 50 Milliarden d) 100 Milliarden										
 Schätzfragen ?! Wieviele Kleidungsstücke wurden im Jahr 2015 auf der ganzen Welt gekauft? a) 500 Tausend b) 10 Milliarden c) 50 Milliarden d) 100 Milliarden	 Schätzfragen ?! Wieviele Kleidungsstücke wurden im Jahr 2015 auf der ganzen Welt gekauft? a) 500 Tausend b) 10 Milliarden c) 50 Milliarden d) 100 Milliarden										
 Schätzfragen ?! Wieviele Prozent der Arbeiter*innen in den Bekleidungsfabriken sind Frauen? a) 10 Prozent (%) b) 50 Prozent (%) c) 80 Prozent (%) d) 100 Prozent (%)	 Schätzfragen ?! Wieviele Prozent der Arbeiter*innen in den Bekleidungsfabriken sind Frauen? a) 10 Prozent (%) b) 50 Prozent (%) c) 80 Prozent (%) d) 100 Prozent (%)										
 Schätzfragen ?! Wieviele Euro (€) gaben die Frauen in Deutschland 2019 für Kleidung aus? a) 120 Euro (€) b) 776 Euro (€) c) 1445 Euro (€) d) 2367 Euro (€)	 Schätzfragen ?! Wieviele Euro (€) gaben die Frauen in Deutschland 2019 für Kleidung aus? a) 120 Euro (€) b) 776 Euro (€) c) 1445 Euro (€) d) 2367 Euro (€)										



Schätzfragen ?!

Wie oft wurde 1 Top durchschnittlich im Jahr 2015 in Deutschland getragen?

- a) ca. 1 mal
- b) ca. 2 mal
- c) ca. 5 mal
- d) ca. 10 mal



Schätzfragen ?!

Wie oft wurde 1 Top durchschnittlich im Jahr 2015 in Deutschland getragen?

- a) ca. 1 mal
- b) ca. 2 mal
- c) ca. 5 mal
- d) ca. 10 mal



Schätzfragen ?!

Wieviel Liter Wasser wurde weltweit im Jahr 2015 pro Tag in der Modeindustrie verbraucht?

- a) 500 Liter pro Tag
- b) 1560 Liter pro Tag
- c) 2600 Liter pro Tag
- d) 5810 Liter pro Tag



Schätzfragen ?!

Wieviel Liter Wasser wurde weltweit im Jahr 2015 pro Tag in der Modeindustrie verbraucht?

- a) 500 Liter pro Tag
- b) 1560 Liter pro Tag
- c) 2600 Liter pro Tag
- d) 5810 Liter pro Tag



Schätzfragen ?!

Wieviel Tonnen Erdöl wurden 2015 für die Modeindustrie verbraucht?

- a) 27 Millionen Tonnen Erdöl
- b) 58 Millionen Tonnen Erdöl
- c) 98 Millionen Tonnen Erdöl
- d) 100 Millionen Tonnen Erdöl



Schätzfragen ?!

Wieviel Tonnen Erdöl wurden 2015 für die Modeindustrie verbraucht?

- a) 27 Millionen Tonnen Erdöl
- b) 58 Millionen Tonnen Erdöl
- c) 98 Millionen Tonnen Erdöl
- d) 100 Millionen Tonnen Erdöl



Tina: „Ich habe dazu eine Erklärung im Internet gefunden. 98 Millionen Tonnen Erdöl wurden im Jahr 2015 für die Modeindustrie eingesetzt. Das Erdöl wurde zum größten Teil für die Produktion von Kunststoffen verwendet, wie zum Beispiel für Polyester.“



Schätzfragen ?!

Wieviel Millionen Tonnen Co2 wurden 2011 durch die Textilindustrie ausgestoßen?

- a) 20 Millionen Tonnen
- b) 850 Millionen Tonnen
- c) 930 Millionen Tonnen
- d) 980 Millionen Tonnen



Schätzfragen ?!

Wieviel Millionen Tonnen Co2 wurden 2011 durch die Textilindustrie ausgestoßen?

- a) 20 Millionen Tonnen
- b) 850 Millionen Tonnen
- c) 930 Millionen Tonnen
- d) 980 Millionen Tonnen



Schätzfragen ?!

Wieviel Millionen Tonnen Co2 wurden 2011 durch die Textilindustrie ausgestoßen?

- a) 20 Millionen Tonnen
- b) 850 Millionen Tonnen
- c) 930 Millionen Tonnen
- d) 980 Millionen Tonnen

Info:
Im Jahr 2030 sollen laut Schätzungen alleine durch die Modeindustrie 800 Millionen Tonnen Co2 produziert werden, während die der gesamte, der durch den Transport erzeugt wird, nicht mit eingerechnet.

Vergleich:
Für 50 Tausend Menschen wird genauso viel Co2 benötigt, wie ein Tag von München nach Berlin.

Schätzfragen ?!

Wieviele Gramm Chemikalien werden für die Herstellung eines 200g schweren Baumwoll-T-Shirts benötigt?

- a) 10 Gramm (g)
- b) 38 Gramm (g)
- c) 185 Gramm (g)
- d) 1 Kilogramm (kg)

Schätzfragen ?!

Wieviele Gramm Chemikalien werden für die Herstellung eines 200g schweren Baumwoll-T-Shirts benötigt?

- a) 10 Gramm (g)
- b) 38 Gramm (g)
- c) 185 Gramm (g)
- d) 1 Kilogramm (kg)

Tina: „Die Schritte der Textilien (Fast-Fashion)-Lieferkette erzeugen viele umweltschädlichen Stoffe. Gerade die Herstellungsschritte bei der Färbung, der Verstärkung, der Säure- und Faserstabilisierung sind sehr chemikalienintensiv.“

Fast Fashion – ist, schnell und glänzend. Die schnelle (Fast-)Fashion-Lieferkette ist ein Prozess, bei dem die neuesten Trends in die Geschäfte gelangen, ohne dass die üblichen langen Wartezeiten zwischen Entwurf und Verkauf eintreten. Fast Fashion ist ein Prozess, bei dem die neuesten Trends in die Geschäfte gelangen, ohne dass die üblichen langen Wartezeiten zwischen Entwurf und Verkauf eintreten.

Lili: „Lass mich mal rechnen, das würde bedeuten, dass wenn wir die Fläche, die für die Modeindustrie benutzt wird, mit Lebensmitteln bepflanzt würden...“

Tina: „... das würde bedeuten, dass mehr als 380 Millionen Menschen davon ernährt werden könnten.“

Schätzfragen ?!

Wieviele Prozent der gekauften Kleidung landet im Restmüll?

- a) 10 Prozent (%)
- b) 50 Prozent (%)
- c) 80 Prozent (%)
- d) 100 Prozent (%)

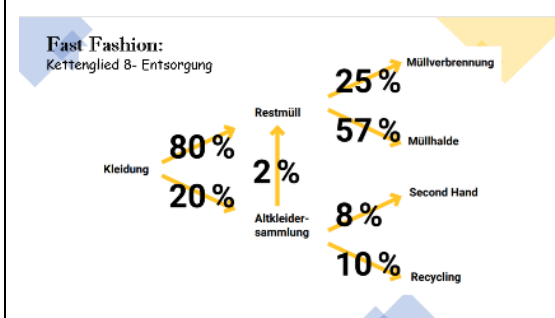
Schätzfragen ?!

Wieviele Prozent der gekauften Kleidung landet im Restmüll?

- a) 10 Prozent (%)
- b) 50 Prozent (%)
- c) 80 Prozent (%)
- d) 100 Prozent (%)

Was passiert mit unsere Kleidung, wenn wir sie nicht mehr wollen?

Entsorgung und Verwertung



Mach dir Notizen.

Film Nr.1

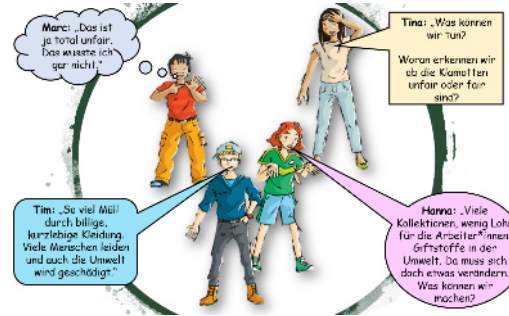
https://www.alpenverein.de/natur/video-wie-mache-die-umweltschadigt-aid_29947.html

Von Min. 02:50 - Ende

POP CORN

Mach dir Notizen.

Film Nr.2



Was bedeutet Fair Fashion:

Definition: Fair Fashion bedeutet...

... nachhaltig angebaute Rohstoffe, wie zum Beispiel nachhaltig angebaute Baumwolle. Die Baumwolle wird so angebaut und verkauft, dass es weder den Menschen auf den Erntefeldern noch der Umwelt schadet.

- keine Giftstoffe und Chemikalien im Anbau und der Ernte
- kein genteiliges Saatgut
- ressourcenschonender Anbau und Verarbeitung der Baumwolle (weniger Wasser, Energie...)
- faire Arbeitsbedingungen für die Arbeiter*innen auf den Feldern
- ausreichend und fairer Lohn, damit die Erntefamilien menschenwürdig leben können

... dass kein giftigen Chemikalien in der gesamten textilen Lieferkette eingesetzt werden. Gerade bei der Herstellung der Kleidung in den Textilfabriken wird auf Gesundheits- und Arbeitssicherheit geachtet.

- Ausreichende Schutzmaßnahmen für Mensch und Umwelt
- Verwendung von Abbaubaren und ökologischen Mitteln
- Investition in innovative und nachhaltige Ideen, um die Modeindustrie fairer zu machen

Was bedeutet Fair Fashion:

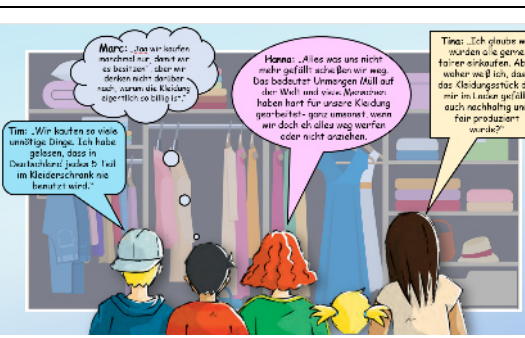
Definition: Fair Fashion bedeutet...

... gerechte und faire Löhne für alle Arbeiter*innen in der textilen Lieferkette, sowie keine unwürdigen Arbeitsbedingungen.

- faire und gerechte Löhne, damit die Familien menschenwürdig leben und ernährt werden können
- gesetzlich festgelegte Arbeitsstunden und keine unmenschlichen Überstunden
- geregelte Arbeitszeiten
- striktes Verbot für Kinderarbeit
- gleichberechtigte Behandlung aller Arbeiter*innen
- faire und gesetzlich festgelegte Arbeitsverträge

... dass weniger Kleidung produziert wird und auch weniger günstige Kleidung reduziert wird. Wichtig ist jetzt die Langlebigkeit von Kleidung und nicht wie bei „Fast Fashion“ die Kurzlebigkeit von Kleidung.

- Reduzierung von Müll
- weniger Kleiderkram
- weniger neue Kleidung kaufen und mehr gebrauchte Kleidung wieder verwenden
- das eigene Kaufverhalten reflektieren



Ideen?

Woran kann man Fair-Fashion-Produkte im Laden erkennen?



Woran erkennt man Fair-Fashion Artikel?

1. Fair-Fashion-Siegel, Gütesiegel, Fair-trade-Siegel oder auch Textilsiegel genannt, sollen dem Käufer beim Kauf von Kleidung helfen.
2. Viele verschiedene Siegel sind auf dem Markt.
3. Jedes Siegel gibt bestimmte Richtlinien vor, die ein Unternehmen erfüllen muss, damit es das Siegel/Zertifikat erhält.
4. Nur wenn das Unternehmen die strikten Vorschriften eines Siegels erfüllt, darf es auf der Kleidung angebracht werden.
5. Ziel der Siegel: dem Verbraucher eine transparente, offene und übersichtliche Hilfestellung zur Verfügung stellen, damit der Käufer eine bewusste und reflektierte Kaufentscheidung treffen kann.
6. Siegel können z.B. Auskunft geben über:
 - ✓ den Herstellungsort
 - ✓ die verwendeten Materialien
 - ✓ die Arbeitsbedingungen
 - ✓ ... u.S.W.

Bekannte Textilsiegel



Grüner Knopf-Siegel (App)

GRÜNER KNOPF
SOZIAL. ÖKOLOGISCH. STAATLICH.
UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.

Steckbrief:

GOTS-Siegel (App)



Steckbrief:

Mach dir Notizen.

Aufgabe für den Film:

- 1) Suche dir eines der beiden Siegel aus (GOTS oder Grüner Knopf).
- 2) Mache dir Notizen zu deinem ausgewählten Siegel.
- 3) Nach dem Film besprechen wir, tragen wir zusammen.



Textilsiegel: das taugen Grüner Knopf und Co.



App-Vorstellung

Siegelklarheit



Woran kann man Fair-Fashion-Produkte im Laden erkennen?



Time: „Diese App ist total klasse. Da kann man Textilsiegel aus dem Laden ganz schnell einscannen und nachlesen, was es bedeutet und wie das Kleidungsstück produziert wurde.“
Deine Aufgabe ist es, diese App herunterzuladen und einmal selbst auszuprobieren. **LOS geht's!**



Auf die Plätze... Fertig... Scannen!





faire Modelabels & Designer.

Recherchauftrag für zu Hause:

1. Informiere dich im Internet über Modelabels, Marken und Designer, die faire, nachhaltige Mode herstellen.
2. Suche dir eine (Modemarken, Modelabel oder Modedesigner) aus, die einen besonderen Wert auf „Fair Fashion“ legen.
3. Gestalte einen Steckbrief (DIN A4) über dein ausgewähltes Label. Was ist besonders?
 - verwende Bilder
 - gibt es einen Online-Shop (Link einfügen)
4. Stelle dein Label KURZ in der nächsten Online-Sitzung vor ~)

Ziel: Sammlung an fairen Modelabels für Dich




Was kannst DU tun?

gut erhaltene Kleidungsstücke weiterverkaufen

- in einen Second Hand geben
- Kleidung reparieren
- aus alten Kleidungsstücken etwas neues machen
- Klamotten weiterverpacken
- beim Kauf auf die Tauchsiegel wie GOTS achten und an nachhaltige und faire Mode kaufen
- weniger „billige“ Kleidung kaufen
- nicht so viel neue Klamotten kaufen → nur das was man braucht
- sich über die Materialien informieren und auf die Pflegehinweise beim Waschen achten (Langlebigkeit fördern!)



1. T-Shirts färben mit Naturfarben

Das brauchst du:

- 1 Schüssel oder 1 Eimer
- 4 Esslöffel Essig
- 1 altern Löffel
- 20 Teebeutel Hagebuttentee
- 1 weißes T-Shirt



So geht's:

- 1) **Erhitze Wasser** mit dem Wasserkocher
- 2) Lege die **20 Teebeutel** in die Schüssel
- 3) **Gieße** das kochende Wasser die Schüssel
- 4) Gib die **4 Esslöffel Essig** in die Schüssel
- 5) **Rühre** alles mit dem Löffel gut um
- 6) Lege das **weiße T-Shirt** vorsichtig in die Schale
- 7) **Verrühre** nochmals alles mit dem Löffel
- 8) Das T-Shirt muss komplett unter Wasser sein (wichtig)
- 9) Lasse das T-Shirt **über Nacht** in der Schüssel
- 10) Am nächsten Tag kannst du das T-Shirt aus der Schüssel nehmen
- 11) Das T-Shirt kann jetzt mit **kaltm Wasser gut ausgewaschen** werden
- 12) Hänge das T-Shirt zum **trocknen** auf
- 13) **FERTIG** ist dein neues rotes T-Shirt ☺

2. Vom T-Shirt zur Tasche

Das brauchst du:

- 1 altes T-Shirt
- 1 Schere
- 1 Lineal
- 1 Filzstift



So geht's:

- 1) **Drehe das T-Shirt auf links**, damit die Vorderseite innen ist.
- 2) Lege das T-Shirt gerade auf den Tisch.
- 3) **Schneide** die Ärmel und den Kragen an der **roten Linie** ab
(schaue dir das Bild 1. an)
- 4) **Zeichne mit Linie und Stift** 10cm oberhalb des Saums einen Strich und schneide den Stoff eine Daumenbreite von unten bis zum Strich ein (schaue dir das Bild 2. an) → 1cm breite Streifen.
- 5) **Schneide beide Seitennähte ein**. Verknote jeweils die übereinanderliegenden Streifen mit einem Knoten (schaue dir das Bild 3. an).
- 6) Wenn alle Streifen **verknötet** sind, drehst du das T-Shirt wieder **auf rechts**.



Weitere Ideen:

- T-Shirts bemalen
- T-Shirts abschneiden
- Aus langen alten Jeans kannst du kurze stylische Hosen schneiden
- Gut erhaltene Kleidung im Second-Hand verkaufen (auch online möglich)



Kleidertauschparty mein Kleidungsstück

Foto von meinem Kleidungsstück:



Steckbrief meines Kleidungsstückes:



Was würdest du sagen, ist ein Wandel von Fast Fashion zu einer faireren Modewelt möglich?

Oder hast du selbst ein Beispiel, an dem du spüren kannst, dass sich bereits etwas verändert?



Lasst uns gemeinsam etwas verändern :-)



Sonstiges für die Unterrichtseinheit:
„Die Reise unserer Kleidung“ (Fast Fashion und Fair Fashion)

Meine Lernmappe



Die Reise unserer Kleidung

Name: _____

Klasse: _____

Fach: _____

Thema: _____

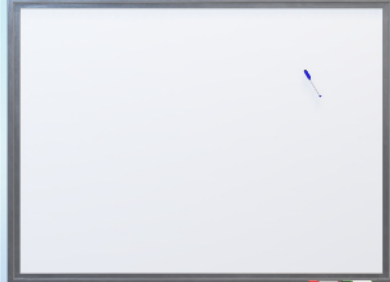
Was ist Mode für dich? Male ein Bild!



Styl Design

Meine Notizen:

Hier hast du Platz für deine Notizen und Fragen.



Das alles kann ich...und noch vieles mehr

Thema: Die textile Lieferkette	Meine Fähigkeiten	Das fällt mir noch etwas schwer → Ich habe noch viele Fragen	Das kann ich schon gut → Ich habe noch ein Paar Fragen	Da kann ich schon sehr gut → Ich habe keine Fragen mehr
4. Fasern - Fast Fashion - Produktion des Saatguts - Anbau - Ernte	- Ich weiß, was die Schritte der Fasernherstellung sind. - Ich weiß, welche Rolle die textile Lieferkette in der Modeindustrie bedeutet. - Ich weiß, welche Nachteile die Fast-Fashion-Lieferkette hat.			
1. Fasernherzeugung - Produktion des Saatguts - Anbau - Ernte	- Ich weiß, welche Schritte bei der Fasernherzeugung stattfinden. - Ich weiß, welche Auswirkungen diese Schritte auf die Umwelt und die Menschen haben können.			
2. Textilerzeugung - Herstellung von Fäden und Garn (Spinnerei) - Produktion von Stoffen (Weberei/Stickerei)	- Ich kenne die Schritte der Textilerzeugung. - Ich weiß, wo die Textilerzeugung stattfindet. - Ich weiß, welche Nachteile dieser Schritt für die Umwelt und die Menschen haben können (Fast-Fashion)			
3. Textilveredlung - Färben - Drucken - Imprägnieren ...	- Ich kenne die Schritte der Textilveredlung. - Ich weiß, wo dieser Schritt stattfindet. - Ich weiß, welche Nachteile dieser Schritt für die Umwelt und die Menschen haben können (Fast-Fashion)			
4. Konfektionierung - Zuschneiden - Nähen - Sortieren und Verpacken	- Ich kenne die Schritte der Konfektionierung. - Ich weiß, wo dieser Schritt stattfindet. - Ich weiß, welche Nachteile dieser Schritt für die Umwelt und die Menschen haben können (Fast-Fashion)			

Das alles kann ich...und noch vieles mehr

Thema: Die textile Lieferkette	Meine Fähigkeiten	Das fällt mir noch etwas schwer → Ich habe noch viele Fragen	Das kann ich schon gut → Ich habe noch ein Paar Fragen	Da kann ich schon sehr gut → Ich habe keine Fragen mehr
Allgemein: die textile Lieferkette	- Ich weiß, was die textile Lieferkette ist und was sie bedeutet. - Ich weiß, welche Rolle die textile Lieferkette in der Modeindustrie bedeutet. - Ich weiß, welche Nachteile die Fast-Fashion-Lieferkette hat.			
1. Fasernherzeugung - Produktion des Saatguts - Anbau - Ernte	- Ich weiß, welche Schritte bei der Fasernherzeugung stattfinden. - Ich weiß, welche Auswirkungen diese Schritte auf die Umwelt und die Menschen haben können.			
2. Textilerzeugung - Herstellung von Fäden und Garn (Spinnerei) - Produktion von Stoffen (Weberei/Stickerei)	- Ich kenne die Schritte der Textilerzeugung. - Ich weiß, wo die Textilerzeugung stattfindet. - Ich weiß, welche Nachteile dieser Schritt für die Umwelt und die Menschen haben können (Fast-Fashion)			
3. Textilveredlung - Färben - Drucken - Imprägnieren ...	- Ich kenne die Schritte der Textilveredlung. - Ich weiß, wo dieser Schritt stattfindet. - Ich weiß, welche Nachteile dieser Schritt für die Umwelt und die Menschen haben können (Fast-Fashion)			
4. Konfektionierung - Zuschneiden - Nähen - Sortieren und Verpacken	- Ich kenne die Schritte der Konfektionierung. - Ich weiß, wo dieser Schritt stattfindet. - Ich weiß, welche Nachteile dieser Schritt für die Umwelt und die Menschen haben können (Fast-Fashion)			

Das alles kann ich...und noch vieles mehr

Thema: Die textile Lieferkette	Meine Fähigkeiten	Das fällt mir noch etwas schwer → Ich habe noch viele Fragen	Das kann ich schon gut → Ich habe noch ein Paar Fragen	Da kann ich schon sehr gut → Ich habe keine Fragen mehr
5. Verteilung und Handel - Verteilung in der ganzen Welt - Verkauf in den Geschäften	- Ich kenne die Schritte der Verteilung und dem Handel. - Ich weiß, wie die Kleidungsstücke in der Welt verteilt werden. - Ich weiß, welche Nachteile dieser Schritt für die Umwelt und die Menschen haben können (Fast-Fashion).			
6. Gebrauch - Täglicher Gebrauch von Textilien	- Ich habe ein Verständnis dafür, wieviel Kleidungsstücke gekauft und weg geworfen werden (Fast-Fashion) - Ich habe mir selbst einmal Gedanken über meinen Kleiderkonsum gemacht			
7. Pflege - Richtige Pflege mit Hilfe von Pflegehinweise - Haltbarkeit verlängern	- Ich weiß, wie man Kleidungsstücke richtig pflegt, damit sie länger halten.			
8. Entsorgung - Second Hand Nutzung - Müll - Recycling/ Upcycling - Altkleidersammlung	- Ich kenne die Nachteile der Fast-Fashion-Welt und weiß, wie die Kleidungsstücke entsorgen werden. - Ich kenne alternative Möglichkeiten, wie die Kleidung umweltfreundlicher entsorgen werden kann.			

Hier hast du Platz um Fragen aufzuschreiben:

Weitere Ideen für Unterrichtsmaterialien:

Lernmappe: „Die Reise meiner Kleidung“

- Lernmappe mit allen Materialien, Informationsblättern, Arbeitsblättern und einen für die SuS angepassten Ausdruck der Power Point Folien
- Lernfortschritts-tabelle: die SuS können sich in einer angefertigten Tabelle Fragen zu einem abgehandelten Themenkomplex aufschreiben (Notizblock) um diese in der nächsten Sitzung zu stellen
- Tabelle: „Das kann ich...und noch vieles mehr“, diese Tabelle dient der Förderung der Selbsteinschätzung und zusätzlich als Kontrolle und Feedback für die Lehrperson, um sich ein Bild machen zu können, ob die behandelten Themen verstanden wurden → ggf. Wiederholungen einbauen
- Definitionen und Bedeutungen- Sammlung: Hier erstellt die LP nach einer Art „Modeduden“ welches sämtliche Definitionen, Erklärungen und Bedeutungen von wichtigen Fachbegriffen enthält, z.B.:

Nachhaltigkeit:

Das Wort „Nachhaltigkeit“ bezieht sich auf eine Handlung. Das bedeutet, dass wenn man nachhaltig handelt, dass man auf die Umwelt achtet, nicht zu viel Wasser und Energie verschwendet und die Umwelt verschmutzt. Wenn Zebu ein Unternehmen nachhaltig sein will, dann muss es Ressourcen schonen und auf die Umwelt achten. Wichtig ist auch, dass das Unternehmen gut mit den Arbeiter*innen umgeht und ihnen faire Löhne für ihre Arbeit bezahlt.

Stichworte:

- Klimaschutz
 - Ressourcenschutz
 - Erhalt der Tiere und Pflanzen (Umweltschutz)
 - Güter Umgang mit dem Boden (keine Giftstoffe)
 - Menschenwürdig
- Nachschlagewerk für Zuhause oder den virtuellen Unterricht

- Videosammlung = Internetadressen, Abbildungen, Bilder, Tabellen usw. →

- Jedes Kind (SuS) erhält eine individuelle Lernmappe, angepasst an die Lerngeschwindigkeit, das Vorwissen und die zur Verfügung gestellten Hilfsmittel Zuhause

Anhang E Quellenverzeichnis der Präsentation

Folie 1,10,48,137,138:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.1

Zeichen für die textile Lieferkette

WFTO Europe (2019). Fair Trade Advocacy Office. Sewing the pieces together: towards an EU strategy for fair and sustainable textiles. Verfügbar unter: <https://wfto-europe.org/sewing-the-pieces-together-towards-an-eu-strategy-for-fair-and-sustainable-textiles/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Weltkarte lila

Weltkarten.de (2020). Weltkarte Aquarell blau Poster. Verfügbar unter: <https://www.weltkarten.de/aquarell-bunt-poster> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 3,11,49,56,58, 91,93,133:

Jeanshose

Cleanpng.com (2020). Hose Jeans T-Shirt Cartoon. Verfügbar unter: <https://de.cleanpng.com/png-475st8/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Baumwollpflanze

iStockphoto LP (2020). Muster der Baumwollpflanze mit braunen Blättern – Vektor Illustration. Verfügbar unter: <https://www.istockphoto.com/de/vektor/muster-der-baumwollpflanze-mit-braunen-bl%C3%A4ttern-gm1022699300-274542914> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 4:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.4

Folie 5:

Jeans-Schriftzug

Sprd.net AG (2020). Spreadshirt-Jeans. Verfügbar unter: <https://www.spreadshirt.de/impressum-C1338> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Etikett

Eigene Darstellung

Baumwollpflanze

iStockphoto LP (2020). Muster der Baumwollpflanze mit braunen Blättern – Vektor Illustration. Verfügbar unter: <https://www.istockphoto.com/de/vektor/muster-der-baumwollpflanze-mit-braunen-bl%C3%A4ttern-gm1022699300-274542914> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 6,7,13:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.4

Folie 8,9:

Hausaufgabenschild

Hill, R. (2012). E-Bilanz-Hausaufgaben erledigen. Verfügbar unter: <https://www.it-zoom.de/it-mittelstand/e/e-bilanz-hausaufgaben-erledigen-4355/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 12:

Bild mit Kleidung an der Wäscheleine

Westermann Bildungsmedien Verlag GmbH. Wortschatz: Kleidung und Farben. Verfügbar unter: <https://www.kapiert.de/englisch/klasse-5-6/wortschatz/wortschatz-und-redemittel-1/wortschatz-kleidung-und-farben/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 14,23:

Jeanshose

Cleanpng.com (2020). Hose Jeans T-Shirt Cartoon. Verfügbar unter: <https://de.cleanpng.com/png-475st8/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Baumwollpflanze

iStockphoto LP (2020). Muster der Baumwollpflanze mit braunen Blättern – Vektor Illustration. Verfügbar unter: <https://www.istockphoto.com/de/vektor/muster-der-baumwollpflanze-mit-braunen-bl%C3%A4ttern-gm1022699300-274542914> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Gruppenarbeit

4teachers.de (2009). Stichwort Austausch. Gruppenarbeit, Sozialform, Zusammenarbeit, Gruppenn. Verfügbar unter: <https://www.4teachers.de/?action=keywordsearch&searchtype=images&searchstring=Austausch> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Mindmap

JinnyJo Media GmbH (2020). Gründerküche. „How to“ Mindmap: 7 praktische Schritte zum Profi Mind Map. Verfügbar unter: <https://www.gruenderkueche.de/fachartikel/mind-map-anleitung-7-praktische-tipps-zum-mindmapping/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 16:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.4

Weltkarte

Pressreader (2019). Jeans haben 54.000 Kilometer hinter sich. Kinderuni legt Schwerpunkt auf die Umwelt. Nachwuchsforscher erkunden, wie Kleidung nach Österreich kommt. Verfügbar unter: <https://www.pressreader.com/> [zuletzt aufgerufen: 19.12.2020], S.2

Folie 17:

Bild mit Kleidung an der Wäscheleine

Westermann Bildungsmedien Verlag GmbH. Wortschatz: Kleidung und Farben. Verfügbar unter: <https://www.kapiert.de/englisch/klasse-5-6/wortschatz/wortschatz-und-redemittel-1/wortschatz-kleidung-und-farben/> [zuletzt aufgerufen: 19.12.2020]

Video:

Julius-Leber-Schule Frankfurt am Main-YouTube (2020). Die Lieferkette eines T-Shirts. Verfügbar unter: https://www.youtube.com/watch?v=8_xhptEwKv8 [zuletzt aufgerufen: 19.12.2020]

Folie 18,19:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen: 19.12.2020], S.4

Zeichen für die textile Lieferkette

WFTO Europe (2019). Fair Trade Advocacy Office. Sewing the pieces together: towards an EU strategy for fair and sustainable textiles. Verfügbar unter: <https://wfto-europe.org/sewing-the-pieces-together-towards-an-eu-strategy-for-fair-and-sustainable-textiles/> [zuletzt aufgerufen: 19.12.2020]

Folie 20,21:

Baumwollpflanze

iStockphoto LP (2020). Muster der Baumwollpflanze mit braunen Blättern – Vektor Illustration. Verfügbar unter: <https://www.istockphoto.com/de/vektor/muster-der-baumwollpflanze-mit-braunen-bl%C3%A4ttern-gm1022699300-274542914> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

die textile Lieferkette

Schmidhuber, T. (2017). Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft – nachhaltig handeln: die textile Kette. Verfügbar unter: https://www.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/mum/intern/Dateien/Dokumente/2_Presse_und_Service/Publikationen/Umwelt/Nachhaltigkeit/Themenheft_Textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.2

Folie 24, 25,26,27:

Zeichen für die textile Lieferkette

WFTO Europe (2019). Fair Trade Advocacy Office. Sewing the pieces together: towards an EU strategy for fair and sustainable textiles. Verfügbar unter: <https://wfto-europe.org/sewing-the-pieces-together-towards-an-eu-strategy-for-fair-and-sustainable-textiles/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Bilder der Verarbeitung von Baumwolle

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.7

Etikett

Eigene Abbildung

Text

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.5-12

Universum Verlag GmbH (2020). Immer der Reihe nach – Was ist die textile Kette. Verfügbar unter: https://jugend-und-bildung.de/fileadmin/user_upload_jubi/02_PDFs/Textile-Kette-Arbeitsblatt.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Holdinghausen, H. (2015). Dreimal anziehen, weg damit: Ein Report über Kleidung, Konsum und Kosten (Schriftenreihe, Band 1644). Bonn: Westend Verlag.

Paul, D. (2008). Die Textil- und Bekleidungsindustrie der EU- Strukturen, Strategien, Perspektiven (1. Aufl.). Igel Verlag.

Piegsa, E. (2010). Green Fashion: Ökologische Nachhaltigkeit in der Bekleidungsindustrie (Reihe Nachhaltigkeit, Band 35). Hamburg: Diplomica Verlag.

Folie 28:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.17

Zeichen für die textile Lieferkette

WFTO Europe (2019). Fair Trade Advocacy Office. Sewing the pieces together: towards an EU strategy for fair and sustainable textiles. Verfügbar unter: <https://wfto-europe.org/sewing-the-pieces-together-towards-an-eu-strategy-for-fair-and-sustainable-textiles/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Weltkarte

Klein, O. (2020). Malvorlagen – Weltkarte, Landkarte der Welt. Verfügbar unter: <https://malvorlagen-seite.de/weltkarte/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 29,30,31,32,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter:

https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.11

die textile Lieferkette

Schmidhuber, T. (2017). Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft – nachhaltig handeln: die textile Kette. Verfügbar unter: https://www.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-um/intern/Dateien/Dokumente/2_Presse_und_Service/Publikationen/Umwelt/Nachhaltigkeit/Themenheft_Textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.2

Weltkarte

Klein, O. (2020). Malvorlagen – Weltkarte, Landkarte der Welt. Verfügbar unter: <https://malvorlagen-seite.de/weltkarte/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Zeichen für die textile Lieferkette

WFTO Europe (2019). Fair Trade Advocacy Office. Sewing the pieces together: towards an EU strategy for fair and sustainable textiles. Verfügbar unter: <https://wfto-europe.org/sewing-the-pieces-together-towards-an-eu-strategy-for-fair-and-sustainable-textiles/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 43:

Bild mit Kleidung an der Wäscheleine

Westermann Bildungsmedien Verlag GmbH. Wortschatz: Kleidung und Farben. Verfügbar unter: <https://www.kapiert.de/englisch/klasse-5-6/wortschatz/wortschatz-und-redemittel-1/wortschatz-kleidung-und-farben/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Video:

Westdeutscher Rundfunk Köln (2017). Planet Wissen. Der lange Weg unserer Kleidung. Verfügbar unter: <https://www.planet-wissen.de/video-der-lange-weg-unserer-kleidung-100.html> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 44:

Hausaufgabenschild

Hill, R. (2012). E-Bilanz-Hausaufgaben erledigen. Verfügbar unter: <https://www.it-zoom.de/it-mittelstand/e/e-bilanz-hausaufgaben-erledigen-4355/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Kleber Zeichen

4teachers.de (2009). Stichwort Austausch. Gruppenarbeit, Sozialform, Zusammenarbeit, Gruppen. Verfügbar unter: <https://www.4teachers.de/?action=show&id=671570&page=0> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 45,46,47:

Weltkarte

Klein, O. (2020). Malvorlagen – Weltkarte, Landkarte der Welt. Verfügbar unter: <https://malvorlagen-seite.de/weltkarte/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Text

Kampagne für Saubere Kleidung (2020). Amt für Mission, Ökumene und kirchliche Weltverantwortung der Evangelischen Kirche von Westfalen. Textile Wertschöpfungskette – der Weg der Baumwolle. Die textile Kette. Verfügbar unter: <https://saubere-kleidung.de/textile-wertschoepfungskette/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 50,51:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.4+5

Text

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.5

FUGR e.V-Forum für Umwelt und gerechte Entwicklung (2020). Nachhaltig konsumieren, Ressourcen schonen. Verfügbar unter:

https://fugehamm.files.wordpress.com/2019/01/ablauf_kleidung_unterrichtsmaterial.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.3-4

Schmidhuber, T. (2017). Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft – nachhaltig handeln: die textile Kette. Verfügbar unter: https://www.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-um/intern/Dateien/Dokumente/2_Presse_und_Service/Publikationen/Umwelt/Nachhaltigkeit/Themenheft_Textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.3,6-9

Folie 52:

Baumwollpflanze

iStockphoto LP (2020). Muster der Baumwollpflanze mit braunen Blättern – Vektor Illustration. Verfügbar unter: <https://www.istockphoto.com/de/vektor/muster-der-baumwollpflanze-mit-braunen-bl%C3%A4ttern-gm1022699300-274542914> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 53:

Video

Everyshirrtellsastory-YouTube (2014). Textile Kette. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=6L3C1rA3Fk0> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 54,55,60:

Comic Figur

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.5

Holdinghausen, H. (2015). Dreimal anziehen, weg damit: Ein Report über Kleidung, Konsum und Kosten (Schriftenreihe, Band 1644). Bonn: Westend Verlag.

Tewes, C., Buschmann, A., & Schewe, G. (2019). Fast Fashion - Eine verbraucherorientierte Analyse zur Verringerung des Massenkonsums (1. Aufl.). Verfügbar unter: https://www.F.nrw/sites/default/files/2019-02/kvfwfp10_Fast%20Fashion.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Thomas, D. (2020). UnFair Fashion: Der hohe Preis der billigen Mode (1. Aufl.). München: riva Verlag.

Folie 57,59:

Etikett

Vogel, A. (2018). Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Die Schattenseite der Mode. Verfügbar unter: <https://www.stadt-koeln.de/politik-und-verwaltung/presse/mitteilungen/19843/index.html> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Video

Deutscher Alpenverein e.V (2017). Bundesgeschäftsstelle. Der Preis der Schönheit – Mode und die Folgen für Mensch und Umwelt. Verfügbar unter: https://www.alpenverein.de/natur/video-wie-mode-die-umwelt-schaedigt_aid_29947.html [zuletzt aufgerufen:10.10.2020]

Folie 60:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.16

Text:

Eberle, H.; Gonser, E.; Hornberger, M.; Kupke, R. & Ring, W. (2017). Fachwissen Bekleidung. (Aufl. 11). Haan-Gruiten: Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG. [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.33, 36-37

Folie 63:

Burckhardt, G. & Steinbrink, S. (2015). Todschild: Edle Labels, billige Mode- unmenschlich produziert (2. Aufl.). München: Wilhelm Heyne Verlag.

Holdinghausen, H. (2015). Dreimal anziehen, weg damit: Ein Report über Kleidung, Konsum und Kosten (Schriftenreihe, Band 1644). Bonn: Westend Verlag.

Köhler, E. & Schaffrin, M. (2016). Fashion made Fair: Modern, innovativ, nachhaltig (1. Aufl.). München: Prestel Verlag

Folie 64-78, 80-84, 87-88:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.15

Text

Christliche Initiative Romero e.V (2019). Dossier. Fast Fashion – Teil „: Einkaufspraktiken. Verfügbar unter: <https://www.ci-romero.de/produkt/dossier-fast-fashion/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.10,58-70

Folie 79:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.4

Text

Christliche Initiative Romero e.V (2019). Dossier. Fast Fashion – Teil „: Einkaufspraktiken. Verfügbar unter: <https://www.ci-romero.de/produkt/dossier-fast-fashion/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.62

Folie 85:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.4

Text

Holdinghausen, H. (2015). Dreimal anziehen, weg damit: Ein Report über Kleidung, Konsum und Kosten (Schriftenreihe, Band 1644). Bonn: Westend Verlag.

Piegsa, E. (2010). Green Fashion: Ökologische Nachhaltigkeit in der Bekleidungsindustrie (Reihe Nachhaltigkeit, Band 35). Hamburg: Diplomica Verlag.

Schmidhuber, T. (2017). Nachhaltig handeln- Themenheft Mode und Textil. Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg. (aktualisierter Nachdruck 2017). Stuttgart: ÖkoMedia GmbH. Verfügbar unter: https://www.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/mum/intern/Dateien/Dokumente/2_Presse_und_Service/Publikationen/Umwelt/Nachhaltigkeit/Themenheft_Textil.pdf [zuletzt aufgerufen: 19.12.2020]

Folie 86:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.15,17

Text

Christliche Initiative Romero e.V (2019). Dossier. Fast Fashion – Teil „: Einkaufspraktiken. Verfügbar unter: <https://www.ci-romero.de/produkt/dossier-fast-fashion/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.66

Folie 90:

Text

Christliche Initiative Romero e.V (2019). Dossier. Fast Fashion – Teil „: Einkaufspraktiken. Verfügbar unter: <https://www.ci-romero.de/produkt/dossier-fast-fashion/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.68

Folie 92:

Nähfäden

123RF GmbH (2020). Standart-Bild – Nähen bunten Fäden isoliert auf weiß. Verfügbar unter: https://de.123rf.com/photo_12891298_n%C3%A4hen-bunten-f%C3%A4den-isoliert-auf-wei%C3%9F.html [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Video

Deutscher Alpenverein e.V (2017). Bundesgeschäftsstelle. Der Preis der Schönheit – Mode und die Folgen für Mensch und Umwelt. Verfügbar unter: https://www.alpenverein.de/natur/video-wie-mode-die-umwelt-schaedigt_aid_29947.html [zuletzt aufgerufen:10.10.2020]

Folie 94:

Nähfäden

123RF GmbH (2020). Standart-Bild – Nähen bunten Fäden isoliert auf weiß. Verfügbar unter: https://de.123rf.com/photo_12891298_n%C3%A4hen-bunten-f%C3%A4den-isoliert-auf-wei%C3%9F.html [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Video

ARD-Mittagsmagazin (2018). Fast Fashion: Schnelle Mode ist im Trend. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=0H2WcFiAyrU> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 95-98:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.15

Folie 99-100:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.17

Folie 100-103:

Text

Forbrig, S., Fischer, T. & Heinz, B. (2020). Bundesverband Sekundärrohstoffe und Entsorgung e.V. Textilstudie: Bedarf, Konsum, Wiederverwendung und Verwertung von Bekleidung und Textilien in Deutschland. Verfügbar unter: https://www.bvse.de/dateien2020/1-Bilder/03-Themen_Ereignisse/06-Textil/2020/studie2020/bvse%20Alttextilstudie%202020.pdf [zuletzt aufgerufen: 16.10.2020]

Holdinghausen, H. (2015). Dreimal anziehen, weg damit: Ein Report über Kleidung, Konsum und Kosten (Schriftenreihe, Band 1644). Bonn: Westend Verlag.

Köhrer, E. & Schaffrin, M. (2016). Fashion made Fair: Modern, innovativ, nachhaltig (1. Aufl.). München: Prestel Verlag

Piegsa, E. (2010). Green Fashion: Ökologische Nachhaltigkeit in der Bekleidungsindustrie (Reihe Nachhaltigkeit, Band 35). Hamburg: Diplomica Verlag.

Folie 104-107:

Kleiderschrank

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen: 19.12.2020], S.11

Techniker Krankenkasse (2005). Der perfekte Kleiderschrank. Ordnung für die Kleidung. Verfügbar unter: <https://www.pointer.de/fitness/health/4661/ordnung-fuer-die-klamotten.htm> [zuletzt aufgerufen: 19.12.2020]

Folie 108:

Jeanshose

Cleanpng.com (2020). Hose Jeans T-Shirt Cartoon. Verfügbar unter: <https://de.cleanpng.com/png-475st8/> [zuletzt aufgerufen: 19.12.2020]

Folie 109:

Text

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Nachhaltige Lieferketten, Nachhaltigkeitsstandards- der Grüne Knopf. Verfügbar unter: <https://www.gruener-knopf.de/kriterien.html> [zuletzt aufgerufen:19.10.2020]

Holdinghausen, H. (2015). Dreimal anziehen, weg damit: Ein Report über Kleidung, Konsum und Kosten (Schriftenreihe, Band 1644). Bonn: Westend Verlag.

Köhler, E. & Schaffrin, M. (2016). Fashion made Fair: Modern, innovativ, nachhaltig (1. Aufl.). München: Prestel Verlag

Schmidhuber, T. (2017). Nachhaltig handeln- Themenheft Mode und Textil. Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg. (aktualisierter Nachdruck 2017). Stuttgart: ÖkoMedia GmbH. Verfügbar unter: https://www.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-um/intern/Dateien/Dokumente/2_Presse_und_Service/Publikationen/Umwelt/Nachhaltigkeit/Themenheft_Textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Verbraucherzentrale Bundesverband (23.07.2020). Faire Kleidung: Das bedeuten die Siegel. Verfügbar unter: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/umwelt-haushalt/nachhaltigkeit/faire-kleidung-das-bedeuten-die-siegel-7072> [zuletzt aufgerufen:20.10.2020]

Folie 110,111,112,114,115,116,120:

Siegel

Cleanpng.com (2020). Hose Jeans T-Shirt Cartoon. Verfügbar unter: <https://de.cleanpng.com/png-475st8/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Nachhaltige Lieferketten, Nachhaltigkeitsstandards- der Grüne Knopf. Verfügbar unter: <https://www.gruener-knopf.de/kriterien.html> [zuletzt aufgerufen:19.10.2020]

Verbraucherzentrale Bundesverband (23.07.2020). Faire Kleidung: Das bedeuten die Siegel. Verfügbar unter: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/umwelt-haushalt/nachhaltigkeit/faire-kleidung-das-bedeuten-die-siegel-7072> [zuletzt aufgerufen:20.10.2020]

Folie 113:

Jeanshose

Cleanpng.com (2020). Hose Jeans T-Shirt Cartoon. Verfügbar unter: <https://de.cleanpng.com/png-475st8/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 114:

Video

ARD-Mediathek (2020). W wie Wissen. Das Erste. Textilsiegel: Das taugen Grüner Knopf und Co. Verfügbar unter: <https://www.ardmediathek.de/daserste/video/w-wie-wissen/textilsiegel-das-taugen-gruener-knopf-und-co/das-ers-te/Y3JpZDovL2Rhc2Vyc3RILmRIL3cgd2lIHdpc3Nlbi8xMGNiNGYzZi1mN2E3LTQ5MzQtOGZmNS01MDRmMzA0M2YzOTI/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 117-118

Handy

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.5

Screenshots App: Siegelklarheit

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung und Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH (2020). Verfügbar unter GooglePlay und Applestore: <https://play.google.com/store/apps/details?id=de.siegelklarheit&hl=de&gl=US>

Folie 119:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.5

Folie 121:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.13

Hintergrund Nachhaltigkeit

Bomhard, S. (2020). Dribbble – Faire Mode. Verfügbar unter: <https://dribbble.com/shots/12209763-Fair-Fashion> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 122,123:

Buch: „Fashion made Fair“

Köhler, E. & Schaffrin, M. (2016). Fashion made Fair: Modern, innovativ, nachhaltig (1. Aufl.). München: Prestel Verlag

Video

Utopia (2019). Fair Fashion: Die wichtigsten Marken, die besten Shops. Verfügbar unter: <https://utopia.de/ratgeber/fair-fashion-marken-shops/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 124:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.4-5

H&M-Homepage

H&M Hennes & Mauritz GBC AB (2020). Nachhaltigkeit. Verfügbar unter: https://www2.hm.com/de_de/hm-sustainability/lets-change.html [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 125:

Bild mit Kleidung an der Wäscheleine

Westermann Bildungsmedien Verlag GmbH. Wortschatz: Kleidung und Farben. Verfügbar unter: <https://www.kapiert.de/englisch/klasse-5-6/wortschatz/wortschatz-und-redemittel-1/wortschatz-kleidung-und-farben/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Video

ARD-Mediathek (2020). W wie Wissen. Das Erste. Klamottenkonsum: Nachhaltig shoppen – so geht's!. Verfügbar unter: <https://www.ardmediathek.de/daserste/video/w-wie-wissen/klamottenkonsum-nachhaltig-shoppen-so-geht-s/daserste/Y3JpZDovL2Rhc2Vyc3RILmRIL3cgd2llIHdpc3Nlbi84Yzk3OTE1Zi05NWE5LTRkZjAtODY3Yi1hNTk4ODkwYTM1MWE/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 126:

Text

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.13-15

Piegsa, E. (2010). Green Fashion: Ökologische Nachhaltigkeit in der Bekleidungsindustrie (Reihe Nachhaltigkeit, Band 35). Hamburg: Diplomica Verlag.

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Nachhaltige Lieferketten, Nachhaltigkeitsstandards- der Grüne Knopf. Verfügbar unter: <https://www.gruener-knopf.de/kriterien.html> [zuletzt aufgerufen:19.10.2020]

Holdinghausen, H. (2015). Dreimal anziehen, weg damit: Ein Report über Kleidung, Konsum und Kosten (Schriftenreihe, Band 1644). Bonn: Westend Verlag.

Köhler, E. & Schaffrin, M. (2016). Fashion made Fair: Modern, innovativ, nachhaltig (1. Aufl.). München: Prestel Verlag

Schmidhuber, T. (2017). Nachhaltig handeln- Themenheft Mode und Textil. Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg. (aktualisierter Nachdruck 2017). Stuttgart: ÖkoMedia GmbH. Verfügbar unter: <https://www.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m->

um/intern/Dateien/Dokumente/2_Presse_und_Service/Publikationen/Umwelt/Nachhaltigkeit/Themenheft_Textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Verbraucherzentrale Bundesverband (23.07.2020). Faire Kleidung: Das bedeuten die Siegel. Verfügbar unter: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/umwelt-haushalt/nachhaltigkeit/faire-kleidung-das-bedeuten-die-siegel-7072> [zuletzt aufgerufen:20.10.2020]

Folie 127:

Handy

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.5

Kleiderschrank

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.11

Video

ARD-Mediathek (2020). W wie Wissen. Das Erste. Klamottenkonsum: Nachhaltig shoppen – so geht's!. Verfügbar unter: <https://www.ardmediathek.de/daserste/video/w-wie-wissen/klamottenkonsum-nachhaltig-shoppen-so-geht-s/daserste/Y3JpZDovL2Rhc2Vyc3RILmRIL3cgd2llIHdpY3Nlbi84Yzk3OTE1Zi05NWE5LTRkZjAtODY3Yi1hNTk4ODkwYTM1MWE/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 128:

T-Shirts

Cleanpng (2019). Gedruckt T-shirt-Jersey-clipart- Weißes T shirt PNG Bild PNG. Verfügbar unter: <https://de.cleanpng.com/png-baap8v/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 129,130,134:

Comic-Figuren

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.1

Jeans Hintergrund

Bestian, B. (2018). Eine Decke aus alten Jeanshosen. Verfügbar unter: <https://www.echtknorke.de/blog/tutorials/eine-decke-aus-alten-jeanshosen/> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Folie 131:

Essig

iStockphoto LP (2019). Apfelessig in Glasflasche. Verfügbar unter: <https://www.istockphoto.com/de/vektor/apfelessig-in-glasflasche-beschriften-sie-roten-apfel-vektor-illustration-cartoon-gm1160900909-317910556> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Hagebuttenteebeutel

Pressel Versand GmbH (2020). Teekanne Früchtetee Hagebutten, Teebeutel, Tee, 100 Beutel, 1 Packung. Verfügbar unter: <https://www.pressel.com/teekanne-fruechtetee-hagebutte-teebeutel-tee-100-beutel-1-packung/cbs/829406.html> [zuletzt aufgerufen:19.12.2020]

Text

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.16

Folie 132:

Bilder der T-Shirts

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter:

https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.17

Text

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2020). Ein T-Shirt auf Reisen. Wo kommt unsere Kleidung her?. Verfügbar unter: https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/kinderheft_textil.pdf [zuletzt aufgerufen:19.12.2020], S.17

Folie 138:

Bild rechts

Eigene Darstellung

Folie 140,141,142:

Text

Kampagne für Saubere Kleidung (2020). Amt für Mission, Ökumene und kirchliche Weltverantwortung der Evangelischen Kirche von Westfalen. Textile Wertschöpfungskette – der Weg der Baumwolle. Die textile Kette. Verfügbar unter: <https://sauberekleidung.de/textile-wertschoepfungskette/>

Sonstiges:

Alle Bilder und Abbildungen ohne Quellenangabe werden dem Nutzer von Microsoft Office frei zur Verfügung gestellt und stammen aus den Funktionen von PowerPoint.

Genehmigung zur Veröffentlichung

Hiermit genehmige ich, Ida Voßler, dem *Weltbund für Erneuerung der Erziehung* die Veröffentlichung meiner Arbeit auf der Homepage www.wef-wee.net.

Heidelberg, den 15.10.2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'I. Voßler', with a horizontal line extending to the right.

(Ida Voßler)