



MODEBEWUSST?!

Einleitung:

Liebe Lehrerinnen und Lehrer,

modebewusst sein bedeutet laut Duden: „**sich bewusst nach der Mode richtend**“. Frühjahr, Sommer, Herbst und Winter – für jede Saison locken Hersteller und Modezeitungen mit neuer trendiger Kleidung – Jahr für Jahr. Große Modeketten bringen sogar bis zu acht Kollektionen jedes Jahr auf den Markt. Wer modisch up to date bleiben will, kauft sich also kontinuierlich neue Kleidung – jeder Deutsche im Durchschnitt 60 Teile im Jahr.

Zwar sieht das Zukunftsinstitut langfristig den Trend zu nachhaltiger und fairer Mode (<https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/das-ende-der-fast-fashion-aera/>) und auch große Modehäuser wie H&M bieten mittlerweile nachhaltige Mode an. Aber viele konsumieren Fast Fashion und die Retailer verzeichnen hohe Umsätze.

In den letzten Jahren gab es zahlreiche kritische Medienberichte und viele Aktionen von gemeinnützigen Organisationen, die auf die Problematik der schnellen Wegwerf-Mode aufmerksam gemacht haben. Auch gibt es mittlerweile viele alternative Handlungsmöglichkeiten – gerade über neue Medien, wie z. B. Apps zum Tauschen, Verkaufen und Leihen sowie YouTube-Tutorials zum Selbermachen und Upcycling. Dennoch scheinen die vermeintlichen Vorteile von Fast Fashion aus persönlicher Sicht bei vielen Verbrauchern noch zu überwiegen, die negativen Wirkungen werden verdrängt oder aber die Alternativen sind zu wenig bekannt oder zu undurchsichtig, wie z. B. faire Siegel: Was ist da wirklich fair und was nicht mehr als eine Good-Will-Kampagne oder sogar Greenwashing?

Daher möchten wir auf dieser Website Lehrkräften der Sekundarstufe 1 Impulse geben, wie sie das Thema im Unterricht bearbeiten können – und zwar ohne den erhobenen Zeigefinger, denn die Jugendlichen sollen selbst ihr Verhalten reflektieren. Ziel ist, dass die Jugendlichen **bewusst mit Mode umgehen**.

Wir verweisen an passender Stelle auf die Materialien anderer Herausgeber, die sich gut einbinden lassen, und bieten eine kommentierte Link-Liste, sodass sich ohne aufwendige Eigenrecherche die richtigen Materialien für den Unterricht finden lassen. In der Smartboard-Galerie auf dieser Seite finden Sie – neben den Arbeitsblättern und Grafiken – Stimmungsbilder, um das Unterrichtsthema visuell zu untermalen. Wir möchten an dieser Stelle der Postcode-Lotterie danken, mit deren Förderung wir dieses Projekt an den Start bringen konnten.

Ihnen wünschen wir einen erlebnisreichen Unterricht zum Thema Modebewusst.

Ihr Bund für Bildung e. V.

Initiiert und durchgeführt von

BUND FÜR
BILDUNG

Gefördert von

DEUTSCHE
POSTCODE
LOTTERIE



Lernziele:

- Wissen vermitteln über Warenströme der Modeindustrie und deren wirtschaftliche, soziale und ökonomische Auswirkungen
- Reflexion über (auf Mode bezogene) Werte
- Reflexion über Handlungen als Mode-Konsument
- Kritischer Umgang mit persönlichen Einstellungen und äußeren Einflüssen
- Kennenlernen von Handlungsoptionen
- Fähigkeit zum Handeln als mündiger, reflektierter und verantwortungsvoller Konsument und Weltbürger

ACHTUNG:

Bitte beachten Sie, dass Mode auch ein sensibles und heikles Thema sein kann. Es gibt zum einen Schülerinnen und Schüler (SuS), die sich Mode nicht leisten können und daher vielleicht ausgegrenzt werden, und zum anderen SuS, die sich stark über Mode identifizieren. Hier sollte man keine individuellen Auswertungen in den Mittelpunkt des Unterrichts stellen, sondern Auswertungen (wie z. B. die Kleiderschrank-Analyse) im Klassenverband verallgemeinern, indem man auf konkrete Zahlen verzichtet.

Generell ist es sehr wichtig, keine Wertung vorzunehmen, sondern zur Reflexion anzuregen.

Hintergrund

Jugendliche wählen nach einer Greenpeace-Studie von 2015 ihre Kleidung hauptsächlich nach dem Aussehen und dem Preis aus, das Herstellungsland oder Zertifizierungen (z. B. Bio, Fair Trade) spielen hingegen kaum eine Rolle. Nur 10 bis 20 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwischen 16 und 25 Jahren zeigten sich in einer weiteren Studie zum Thema („Jugendliche und nachhaltiger Konsum“, 2017) dazu bereit, auf Produkte zu verzichten, wenn sie nicht umweltfreundlich oder unter fairen Arbeitsbedingungen produziert würden. Dabei interessieren sich weit mehr als die Hälfte der befragten Jugendlichen für Themen wie Umwelt- oder Klimaschutz. Haltung und Konsumverhalten stehen demnach deutlich im Gegensatz zueinander: Dies zeigt den Bedarf an Information über die Auswirkungen ihres aktuellen Modekonsums und über erschwingliche, attraktive und nachhaltige Mode.



Didaktische Grundlagen unserer Unterrichtsimpulse:

Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE)

„Gemeint ist eine Bildung, die Menschen zu zukunftsähigem Denken und Handeln befähigt: Wie beeinflussen meine Entscheidungen Menschen nachfolgender Generationen oder in anderen Erdteilen? Welche Auswirkungen hat es beispielsweise, wie ich konsumiere ...? (...) Bildung für nachhaltige Entwicklung ermöglicht es jedem Einzelnen, die Auswirkungen des eigenen Handelns auf die Welt zu verstehen und verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen.“

(<https://www.bne-portal.de>)

Global Citizenship Education

Unsere Impulse sind problem- und schülerorientiert gestaltet. Es geht uns darum, dass die SuS das Wissen selbst erwerben, kritisch reflektieren und die nachhaltige Entwicklung im eigenen Umfeld mitgestalten. Im Sinne der Global Citizenship Education erfahren die SuS Verantwortung und Selbstwirksamkeit.

Lehrplananbindung

Mode an sich ist nicht Gegenstand der Lehrpläne für die Sekundarstufe 1. Allerdings lassen sich daran verschiedene Themenkomplexe einzeln oder aufeinander bezogen fächerspezifisch, fachübergreifend und fächerverbindend behandeln: Identität, Vorbilder, Abgrenzung und Zugehörigkeit; digitale Welt und Medienbildung; ökologische, soziale, kulturelle und ökonomische Nachhaltigkeit, Konsum und Verzicht; Produktionskreisläufe, Wirtschaft und Industrie, Globalisierung. Alle diese Themenkomplexe sind Gegenstand von Lehr- und Bildungspläne. Für die SuS werden sie über Mode als Teil ihrer Lebenswelt verstehbar.



Lerneinheit 1: Kleider machen Leute – oder?

Zum Einstieg in das Thema beschäftigen sich die SuS mit ihren eigenen Einstellungen zum Thema Mode und reflektieren diese.

Kleidung hat schon lange nicht nur einen praktischen Nutzen, sondern als Mode auch einen Symbolwert. Mit ausgesuchter Kleidung kann man darstellen, wer man ist und was einen ausmacht. Mode trägt zum Image bei. Marken z. B. rücken immer weiter in den Vordergrund – vom kleinen Hinweisschild am Rücken haben es die Labels inzwischen mitten auf die Brust des Shirts geschafft. Gerade Jugendliche in der Orientierungsphase finden hierin Identifikation und Gruppenzugehörigkeit. Aber eben auch Ausgrenzung: Wer es sich nicht leisten kann mitzuhalten, zieht sich zurück oder geht auf Gegenwehr.

Das ist kein neues Phänomen, aber der Trend verstärkte sich in den 2000ern.

Unterrichtsimpulse:

→ **Meinungsbilder** abfragen:

Stellen Sie verschiedene Aussagen vor. Die SuS positionieren sich im Klassenraum dazu, ob sie voll zustimmen, teils zustimmen oder gar nicht zustimmen. Halten Sie das Ergebnis in einer Statistik an der Tafel/am Whiteboard fest:

1. Ich trage gerne Markenklamotten.
2. Es ist mir wichtig, Modetrends nicht zu verpassen.
3. Ich möchte mich von der Masse absetzen.
4. Leute, die sich keine neuen Sachen leisten können, tun mir leid.
5. Meine Freunde haben einen ähnlichen Style wie ich.
6. Secondhand kommt für mich nicht in Frage.

Die Aussagen finden sich in der Bildergalerie zum Download.

- Diskutieren Sie anschließend die Ergebnisse im Klassenverband: Warum sind Marken wichtig? Wie oft im Jahr muss ein neuer Trend mitgemacht werden? Warum wird Secondhand abgelehnt?
- Alternative Analyse der Meinungsbilder: Lassen Sie Ihre SuS den folgenden **Typen-Test** machen: <https://www.bpb.de/lernen/formate/275636/test-wie-bist-du-drauf> und besprechen Sie im Klassenverband die Ergebnisse (auf verallgemeinerter Ebene): Wie wichtig ist den SuS Mode und welche Ziele verfolgen sie mit ihrem Style? Sie können diese Themen auch anhand vorhandener Aussagen von verschiedenen Jugendlichen besprechen: <https://www.bpb.de/lernen/formate/142180/modekonsum>



- Kleider machen Leute? Lassen Sie die verschiedenen Personen auf den Fotos von den SuS beschreiben und reflektieren Sie anschließend, wie viel von der **Personen-Beschreibung** auf die Kleidung bezogen ist und ob das zutreffend sein muss.
 - **Siehe in der Bildergalerie zum Download:** Ein junger Mann in Turnschuhen und legerer Kleidung: Wird er als sportlich, locker etc. beschrieben?
 - **Siehe in der Bildergalerie zum Download:** Eine Frau im Business-Outfit mit Brille: Wird sie als erfolgreich, intelligent, wohlhabend etc. beschrieben?
- Lassen Sie in Partnerarbeit eine **Mind-Map** mit dem Begriff Kleidung im Zentrum erstellen (für fortgeschrittenere SuS). Anschließend (oder um die Aufgabe zu vereinfachen) wird eine gemeinsame Mind-Map im Klassenverband zusammengetragen.
Vermerken Sie hierauf auch, wie häufig bestimmte Begriffe jeweils in Partnerarbeit gefunden wurden, z. B. Mode/Style/bestimmte Marken etc. Erörtern Sie die Begriffe im Klassenverband. Lassen Sie die Mind-Map sichtbar stehen und erweitern Sie diese im Laufe der folgenden Lerneinheiten.
- Hausaufgabe und Übergang zum Thema Fast Fashion: Lassen Sie die SuS zu Hause mithilfe des **Arbeitsblattes (Anhang und Download)** einen **Kleiderschrank-Check** durchführen:
 - Menge der Teile (nur Oberbekleidung, also keine Unterwäsche und Strümpfe)
 - Wie viele davon werden regelmäßig (mindestens zweimal monatlich) angezogen?
 - Auswahl von 10 (Lieblings-)Kleidungsstücken: Welche Produktionsländer sind auf dem Herstellerschild zu finden? Und aus welchem Material ist das Kleidungsstück?
 Für fortgeschrittenere SuS: Lassen sie eine eigene **Statistik** des jeweiligen Kleiderschrank-Inhaltes zusammenstellen:
 - Herkunftsländer
 - Material
 Die Auswertung der Analyse erfolgt zu Beginn der Lerneinheit 3.



Lerneinheit 2: Vertrauensfragen: Wer redet bei der Kaufentscheidung von Jugendlichen mit?

In dieser Lerneinheit setzen sich SuS mit Einflüssen auf ihre Kaufentscheidung auseinander. Diese haben viel mit Vertrauen zu tun. Eltern sind oft eine wichtige Finanzquelle, aber mit zunehmendem Alter treffen die Jugendlichen ihre Stilentscheidungen lieber mit Freundinnen und Freunden oder richten sich nach ihren Vorbildern: Schließlich wollen Jugendliche im eigenen Freundeskreis bzw. in ihrer Bezugsgruppe ankommen.

Mit der intensiven Nutzung sozialer Netzwerke haben Influencer an Einfluss auf die Kaufentscheidungen von Jugendlichen gewonnen. Influencer sind Personen, „die aufgrund ihrer starken Präsenz und ihres hohen Ansehens in einem oder mehreren sozialen Netzwerken als Träger für Werbung und Vermarktung in Frage kommen“ (Wikipedia). Allerdings treten die Grauzonen zwischen Kunden und Vermarktern, Bewertung und Werbung immer deutlicher zutage.

→ **Orientierungshilfen** abfragen:

Fragen Sie Ihre SuS, wer oder welche Quelle ihnen bei der Kaufentscheidung behilflich ist. Zeigen Sie anhand des Arbeitsblatts erst alle Optionen, jeder kann erst für sich überlegen, dann folgt eine klasseninterne Umfrage.

(Arbeitsblatt im Anhang und zum Download) Mehrfachantworten sind möglich:

- Eltern
- Freunde und Bekannte
- Internetseiten von Online-Shops (Amazon, Zalando)
- Internetseiten von Modemarken und Bekleidungsgeschäften
- Zeitschriften/Magazine
- Soziale Netzwerke (Instagram, Facebook etc.)
- Fernsehen (Werbung, Promis?)
- Mode- oder Fashion-Blogs

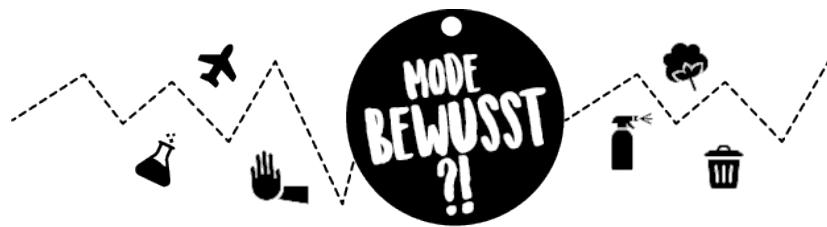
Erstellen Sie mit den Schülern eine **Statistik**, ggf. ein Balkendiagramm, um die Ergebnisse zu visualisieren.

Welche Gruppe hat am meisten Einfluss? Werten Sie die Ergebnisse gemeinsam aus.

→ Erweiterung: Falls bisher nicht angesprochen, diskutieren Sie das Thema Finanzen mit den SuS: Wer zahlt, hat Einfluss auf die Kaufentscheidung?



- Abschließend bietet sich ein **Vergleich** der Ergebnisse in der Klasse mit jenen der Greenpeace-Studie an („Usage & Attitude: Mode unter Jugendlichen“ von 2015). Ist das Ergebnis ähnlich?
<https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/mode-unter-jugendlichen-greenpeace-umfrage.pdf> (v. a. Schaubild S. 8: Finanzen; Schaubild S. 13: Informationsquellen für Modetrends)
- Einfluss von Freunden bei der Kaufentscheidung
 Gestalten Sie ein **Rollenspiel**, das den SuS den Einfluss ihrer Freundinnen und Freunde auf die eigene Kaufentscheidung verdeutlicht. Alle SuS sollen ein T-Shirt mit in den Unterricht bringen. Stellen Sie 3 bis 4 Einkaufssituationen nach: Eine Schülerin bzw. ein Schüler kann ein T-Shirt „kaufen“ und sich hierbei von einer Freundin bzw. einem Freund beraten lassen. Dieser erhält eine Handlungsanweisung, z. B.:
 - Ich argumentiere gegen alle Artikel.
 - Ich unterstütze den Kauf aller Artikel.
 - Ich unterstütze den Kauf des 3. Artikels.
 Halten Sie die SuS an, möglichst authentisch ihre Rolle auszufüllen. Nach jedem Spiel können sich die „Testpersonen“ Notizen machen: Wie haben sie sich mit der Beratung (als Unterstützung, Korrektiv?) gefühlt?
 Werten Sie gemeinsam aus: Wie wichtig ist Bestätigung/Ablehnung eines Artikels durch Freunde für die eigene Kaufentscheidung?
- Orientierungshilfen aus den Medien
 Gestalten Sie mit den SuS eine **Wandzeitung**, auf der das Wo, Wer und Wie der Orientierungshilfe erarbeitet und verdeutlicht wird. Die SuS sollen jeweils ein bis zwei Beiträge aus Zeitschriften oder anderen Medien (als Screenshots) mitbringen, die sie hilfreich finden. Auf jedem Beitrag wird die Quelle vermerkt, eine Verbindung zu einzelnen SuS sollte nicht erkennbar sein (Anonymisierung!). Nach gemeinsamer Sichtung wird zugeordnet:
 - Gruppieren Sie gemeinsam die Beiträge nach dem Ort der Veröffentlichung (Zeitschriften, soziale Netzwerke, Fernsehen u. a.),
 - dann sollen die Verfasser der Beiträge (Journalist, Influencer, Promi) in verschiedenen Farben dazu geschrieben werden.
 - Schließlich beschriften die SuS die Formen der Orientierungshilfe (Bewertung, Beschreibung eines Looks, Darstellung auf Foto).
 Dann können die SuS die Beiträge der Wandzeitung „liken“, z. B. mit jeweils drei roten und drei grünen Punkten: Welcher Beitrag ist besonders hilfreich? Welcher nicht? Vorlieben werden deutlich.



→ Die Bedeutung der Influencer

Beim **Influencer-Screening** hilft die Wandzeitung zur Unterscheidung zwischen Influencern (nur soziale Netzwerke) und Prominenten (nutzen auch diese Kanäle, erhalten aber ihre Prominenz durch andere Berufe und Leistungen). Oder Sie führen ein Statement des Fußballers Jerome Boateng an <https://www.bpb.de/lernen/formate/142180/modekonsum>, um dann auf das Leben und die Arbeit von Influencern zu blicken:

- Caro Daur <https://www.instagram.com/carodaur/>
- Lisa und Lena <https://www.instagram.com/Lisaandlena/>
- Riccardo Simonetti <https://www.instagram.com/riccardosimonetti/>

Welcher Arbeit gehen die Influencer nach? Welchen Eindruck vermitteln die Bilder? Antworten könnten sein: ein unbeschwertes, schillerndes Leben (Urlaub, Luxus, Partys in immer tollen Outfits), an dem durch tägliche Posts alle teilhaben können. Tags auf Modelabels oder Empfehlungen bilden die Verbindung zwischen diesem unbeschwerlichen Leben und der eigenen (weniger glamourösen) Lebenswelt.

→ Eine Frage der Glaubwürdigkeit

Folgend können **Alltag und Praktiken** der Influencer in Gruppen untersucht werden:

- zu Caro Daur (Welche Fragen beantwortet sie nicht?)
<https://www.manager-magazin.de/unternehmen/karriere/caro-daur-die-instagram-influencerin-im-interview-a-1155194-2.html>
- Journalistin versucht sich als Influencerin
<https://www.wiwo.de/erfolg/trends/nicht-nackig-genug-der-schwere-weg-zum-social-media-star/19819542-all.html>
- Kategorisierung von Influencern nach „Lovers“, „Critics“ und „Mavens“:
<https://www.internetwork.de/onlinemarketing/influencer/elfte-deutsche-influencer-944588.html>
- Kritik an der unklaren Grenze zwischen Kunden und Vermarktern
<https://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/influencer-der-markt-frisst-seine-kinder-kolumne-a-1206170.html>

Diskutieren Sie mit den SuS: Welche Zusammenhänge sind neu? Vertrauen sie Influencern und wie bewerten sie deren Empfehlungen?

→ Vertiefung: **Vergleichen** Sie unterschiedliche Studien zum Thema Influencer:

- Wer sind die Auftraggeber?
- Welche Gruppe von Jugendlichen wird untersucht?
- Wie viele werden befragt?
- Mit welchem Ergebnis?



Usage & Attitude-Studie von Greenpeace aus dem Jahr 2015:

<https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/mode-unter-jugendlichen-greenpeace-umfrage.pdf> (v.a. S. 13) und

Influry-Studie von 2017:

<https://www.horizont.net/marketing/nachrichten/Produktempfehlungen-Influencer-sind-nach-Freunden-und-Kundenbewertungen-glaubwuerdigste-Quelle-159867>

- Erweiterung: Einen ganz anderen Zugang zum Thema Influencer bietet der **fachwissenschaftliche Beitrag** von Sebastian Löwe (22.10. 2018), der beispielhaft an einzelnen InfluencerInnen Bildsprache, Wirkung, Schaffung von Authentizität und aktuelle Trends analysiert.
<http://www.pop-zeitschrift.de/2018/10/22/social-media-oktober-von-sebastian-loewe/> Dieser Artikel kann in einem (oder mehreren) Einzelreferat(en) oder in Gruppen erarbeitet werden.
- **Streitfragen:** Werbung in sozialen Netzwerken
Zur Vorbereitung bietet es sich an, dass die SuS folgenden Text lesen:
http://faktenfinder.tagesschau.de/kurzerklaert/kurzerklaert-werbung-social-media-103~_origin-9e3a5e5a-e0a5-4bef-8705-9f9636ecf64a.html
Im Unterricht können sich die SuS das Urteil im Fall der Influencerin Pamela Reif anhand eines Audiobeitrag (2 ½ Minuten) erarbeiten:
<https://www.tagesschau.de/inland/urteil-influencerin-pamela-reif-101.html>
Aufgabe im Anhang, weiteres Bildmaterial zum Download: Vorformulierte Fragen unterstützen die SuS, sich den einzelnen Facetten des Themas zu nähern. Spielen Sie den Beitrag ggf. mehrmals vor:
 - Warum gelten Instagram-Auftritte der Influencerin als Schleichwerbung?
 - Wie begründet der Verband Sozialer Wettbewerb seine Klage?
 - Wie rechtfertigt Pamela Reif ihr Handeln?
 - Woraus ergibt sich der unlautere Wettbewerb?
 - Warum können Influencer nicht einfach strittige Posts als Werbung markieren?
- **Recherche:** Wie unterscheiden sich die Urteile in den Fällen Pamela Reif und Cathy Hummels? Warum? <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/cathy-hummels-prozess-schleichwerbung-1.4426365>
- Erweitern Sie die Mind-Map mit neuen Begriffen, die den SuS jetzt einfallen.



Lerneinheit 3: Fast Fashion

In der Lerneinheit 3 beschäftigen sich die SuS mit dem kritischen Trend der Fast Fashion. Sie lernen die Zusammenhänge und Auswirkungen von Herstellung und Entsorgung kennen und bewerten diese.

Definition:

„**Fast Fashion** bezeichnet ein Geschäftsmodell des Textilhandels, bei dem die Kollektion laufend geändert und die Zeit von den neuesten Designs der Modeschöpfer zur Massenware in den Filialen stark verkürzt wird.“

(Quelle: Wikipedia)

Unterrichtsimpulse:

→ Werten Sie den **Kleiderschrank-Check** der SuS gemeinsam aus:

- Auf wie viele Teile Oberbekleidung kommt die ganze Klasse? Was ist der Durchschnitt pro Person? Falls individuelle Aussagen hier vermieden werden sollen, geben Sie Angaben wie mehr/weniger als 50/100 Teile vor etc.
- Aus welchen Ländern kommt die meiste Kleidung? Erstellen Sie gemeinsam eine Statistik.
- Aus welchen Material besteht die Kleidung? Auch hierfür können Sie eine Statistik erstellen.

→ Bearbeiten Sie folgende **Einschätzungsfragen** entweder in Einzelarbeit auf dem Arbeitsblatt (**Anhang und Download**) oder gemeinsam auf dem Whiteboard und halten Sie die Durchschnittswerte der Schätzungen an der Tafel/am Whiteboard fest:

- Kleidungskauf: Wie viele Kleidungsstücke werden von 1 Person in Deutschland durchschnittlich im Jahr gekauft? (*Lösung: 60*)
- Wie viele unserer Klamotten sind aus Plastik hergestellt? (*Lösung: 70 Prozent*)
- Wie viele Liter Wasser werden verbraucht, um ein Baumwoll-Shirt herzustellen? (*Lösung: 15.000 Liter*)
- Wie viele Kilometer reisen die Shirts nach Deutschland? (*Lösung: 20.000 km*)
- Was glaubt ihr, wie viel Geld eines verkauften Shirts (25 Euro) bei einer Näherin landet? (*Lösung: 18 Cent*)
- Was ist Fast Fashion? (*Lösung: siehe Definition*)
- Wer bietet Fast Fashion an (*Lösung: u. a.: H&M, Zara, Primark*)



Zur Auflösung der Fragen können Sie den folgenden Film im Klassenverband zeigen:

So ungerecht ist Fast Fashion – Was können wir ändern? Ein Experiment
<https://www.youtube.com/watch?v=3ArXzezDhMY> (Tagesschau; 2018)

Tipp: Stoppen Sie den Film bei Minute 3:38 und schauen Sie den Rest des Films, nachdem Sie mit Ihren Schülern die Aufgaben zu den alternativen Handlungsmöglichkeiten (LE 4) durchgeführt haben.

- Erstellen Sie eine **Lebenszyklusanalyse** eines Kleidungsstücks aus einer Fast-Fashion-Kollektion. Wählen Sie hierzu z. B. Kleidungsstücke aus der Kleiderschrank-Analyse aus oder bringen Sie selbst ein Shirt mit in den Unterricht. In Gruppenarbeit (**Expertengruppen**) beschäftigen sich die SuS mit verschiedenen Aspekten:
 - Soziale Aspekte in der Herstellung: Lassen Sie die Rahmenbedingungen in den Ländern recherchieren, aus denen die meisten Kleidungsstücke aus der Kleiderschrank-Analyse stammen. Stichworte: Mindestlohn, Arbeitszeiten, Arbeitsbedingungen etc.
 - Ökologische Aspekte in der Herstellung/im Gebrauch; Stichworte: Zusammensetzung der Kleidung, Giftstoffe, Baumwolle, Synthetikfasern, Ökobilanz, Wasserverbrauch, Wäsche waschen etc.
 - Gebrauch/Entsorgung; Stichworte: Tragedauer, Reparatur, Entsorgung, (was passiert mit den Altkleidern?), Retouren

Je nachdem wie fortgeschritten Ihre SuS sind, können Sie ohne oder mit Angabe der o. g. Stichpunkte die Aufgabe erarbeiten lassen bzw. können Sie zusätzlich noch folgende Recherchetipps (**Anhang und Download**) geben:

- Repräsentative Umfrage von Greenpeace zum Modekonsum, Tragedauer und Entsorgung in Deutschland:
https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20151123_greenpeace_modekonsum_flyer.pdf
- Erklärfilm über den Lebenszyklus eines Baumwoll-Shirts (Englisch mit deutschen Untertiteln): <https://www.kraftfuttermischwerk.de/blogg/der-lebenszyklus-eines-t-shirts/>
- Bericht über die Näherin Shila:
<https://www.zeit.de/2014/17/bangladesch-naeherin-shila-begum> (Die Zeit; 2014)
- Film: Interview mit einer Textil-Arbeiterin in Bangladesch:
<https://www.youtube.com/watch?v=2IMGwuXgZTY&list=PLrJ57fSkPxc0rgcldUISKysEpmAjtQs2&index=3&t=0s> (BMZ; 2015)



- Film: Fast Fashion: Schnelle Mode ist im Trend
<https://www.youtube.com/watch?v=0H2WcFiAyrU> (ARD-Mittagsmagazin; 2018)
- Erklärung Fast Fashion, Produktion und Recycling
- 2012 für die berufliche Bildung entwickelt, sehr umfangreich zum Thema Arbeitsbedingungen etc.:
www.globaleslernen.de/sites/default/files/files/education-material/epiz_berufe_global_g_mode_und_textil.pdf
- Hintergrundinformationen zu Produktionsstätten von Textilien sowie Interviews mit Näherinnen und Nähern, Informationen zum bestehenden internationalen Rechtsrahmen: https://saubere-kleidung.de/wp-content/uploads/2018/10/menschenrechte_textilindustrie_2018.pdf
- Arbeitsbedingungen in der Textilbranche inkl. Verbrauchertipps:
<http://www.bmz.de/de/themen/textilwirtschaft/hintergrund/index.html>
- Thema Giftstoffe in Kleidung:
https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/gpbm_gefaehrliche_chemie_in_textilien_saubere_mode_ist_moeglich.pdf
- Bericht über das Unternehmen Zara (Süddeutsche Zeitung vom 31. August 2018): <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/fast-fashion-zara-hat-die-wegwerfmode-perfektioniert-1.4109496>
- Artikel über H&M (u. a. auch über Ziele der Nachhaltigkeit vs. Greenwashing): <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/mode-hm-scheitert-an-sich-selbst-1.3972267> (Süddeutsche Zeitung; 9. Mai 2018)
- Bericht über Secondhand-Aufbereitung in Bulgarien, u. a. auch zum Thema Retouren: <https://www.zeit.de/wirtschaft/2018-11/bulgarien-second-hand-geschaeft-fast-fashion>
- Bericht über Fast Fashion im Altkleidercontainer:
<https://www.rundschau-online.de/wirtschaft/volle-altkleidercontainer-getragene-kleidung-taugt-selbst-als-putzlappen-nicht-31767118>
- Umfrage von Greenpeace zum Thema Online-Bestellungen und Retouren:
https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/umfrage_zum_online-kaufverhalten_2018-se.pdf
- Bericht über das Import-Verbot von Secondhand-Kleidung in Ruanda:
<https://www.zeit.de/2019/02/ruanda-import-altkleidung-textilindustrie-globalisierung>



- Für fortgeschrittene SuS: Anschließend können sich die SuS gegenseitig in einem **Expertenpuzzle** informieren, d. h. die Gruppen mischen sich so, dass mindestens je ein Experte (Soziale Aspekte/Ökologische Aspekte/Aspekte der Entsorgung) dabei ist und sich über die Recherche-Ergebnisse informieren können.
- Fassen Sie die Ergebnisse im Klassenverband in einem **Tafelbild** zusammen. Dazu können Sie folgendes Arbeitsblatt verwenden: Lebenszyklus Fast Fashion-Produkt (**Arbeitsblatt und Arbeitsblatt mit Lösungen im Anhang und zum Download**) Fortgeschrittene SuS können in Partnerarbeit auch eine eigene Grafik erstellen:
 - Einflüsse auf Umwelt und Mensch
 - in der Produktion
 - im Gebrauch und
 - in der Entsorgung
- Erweitern Sie die **Mind-Map** aus der Lerneinheit 1 um neue Begriffe, die den SuS nun noch zusätzlich einfallen.



Lerneinheit 4: Fair Fashion

In dieser Lerneinheit beschäftigen sich die SuS mit verschiedenen Möglichkeiten, wie sie als Verbraucher mit Mode verträglicher umgehen können, sei es in der Anschaffung als auch in der weiteren Verwertung. Ziel ist, die SuS handlungsfähig zu machen, als Konsument verantwortungsvoll und nachhaltig zu handeln.

Definition:

Von Fair Fashion oder auch von Green Fashion, Eco Fashion, Ethical Fashion oder Sustainable Fashion spricht man, wenn die Kleidung aus umweltfreundlichen Materialien sowie unter Berücksichtigung sozialer Aspekte produziert wird.

(Quelle: Wikipedia)

Unterrichtsimpulse:

- Lassen Sie Ihre SuS Vorschläge zu alternativem Handeln in Bezug auf Beschaffung und Verwertung sammeln. In Interessengruppen (alternativ: Erarbeitung im Klassenverband) arbeiten die SuS dann Hintergrundinformationen zu einzelnen Aspekten heraus und bereiten konkrete Handlungsvorschläge als **Aufklärungskampagne** auf: als kurzer Text, als Plakat, Wandzeitung, Comic, YouTube-Film, Foto-Tutorial etc. Hierzu können die SuS das Arbeitsblatt (Anhang und Download) nutzen. Die konkreten Vorschläge können von den SuS dann über eigene oder schulbezogene Social-Media-Kanäle verbreitet werden.

Mögliche Interessengruppen z. B.:

- Altkleider-Industrie
- Altkleider selbst verwerten
- Faire Shops
- Faire Siegel

Schlagworte, Recherchetipps (**Anhang und Download**) und Umsetzung können Sie je nach Leistungsstand Ihrer SuS vorgeben oder zur freien Wahl lassen.

- Verwertung: Recycling, Upcycling, Secondhand, Tausch, Selfmade (reparieren, selbst nähen/ändern), Kleidersammlung, illegale Kleidersammlung, illegale Altkleider-Container, FairWertung
 - Instagram-Mode-Blog der Berlinerinnen Karina Papp & Anna Vlad: found_on_the_street (mit Kleidung, die auf Berliner Straßen gefunden wurde)



- Beschaffung: Fair Fashion (u. a.: Shops/Siegel)
 - Blogger Riccardo versucht fair zu kaufen:
 - <https://www.br.de/puls/tv/puls/faire-mode-pro-und-gegen-100.html>
 - Artikel: Interview mit Mimi Sewalski „Große Konzerne erfinden oft eigene faire Siegel“: <https://www.br.de/puls/themen/leben/mimi-sewalski-interview-avocado-store-fast-fashion-100.html> (BR, 2016)
 - BMZ/GIZ: Siegelklarheit. Informationen zu den verschiedenen Siegeln und Standards der Textilindustrie: www.siegelklarheit.de
 - Label-Porträts ab Seite 26: https://saubere-kleidung.de/wp-content/uploads/2018/10/menschenrechte_textilindustrie_2018.pdf Was machen die Labels anders als herkömmliche Mode-Labels? Was sind die Herausforderungen (wirtschaftliche Aspekte, Marketing etc.)?
 - Fair-Shopping-Tipps: APPs, Labels und Siegel <https://www.br.de/puls/themen/leben/fair-shoppen-tipps-100.html>
 - Einkaufsratgeber von Greenpeace für giftfreie Mode: https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/greenpeace_textil-label-juni_2016.pdf
 - Tipps, wie und wo Käufer und VerbraucherInnen sich engagieren können: Ratgeber Textilsiegel https://saubere-kleidung.de/wp-content/uploads/2018/10/menschenrechte_textilindustrie_2018.pdf
 - Wie ich seit zwei Jahren ohne Fast Fashion lebe (Berliner Zeitung vom 07.02.2019): <https://www.berliner-zeitung.de/ratgeber/nachhaltigkeit/so-lebe-ich-seit-zwei-jahren-ohne-fast-fashion-31948096>

- Jede Arbeitsgruppe stellt ihre Ergebnisse als **Lernstation** für alle vor. **Diskutieren** Sie anschließend im Klassenverband, was davon leicht umzusetzen ist bzw. was ggf. gegen eine Umsetzung spricht: z. B. Zeit oder Kosten für Fair Trade. In diesem Zusammenhang können Sie auch das Prinzip „Cost per Wear“ einführen, d. h. die Kosten für jedes einzelne Mal, wenn man ein Kleidungsstück trägt, ausrechnen lassen, wodurch Fair Fashion, die länger haltbar ist als Fast Fashion, im Endeffekt nicht teurer ist. (Stichworte: Qualität, Reduktion, Wertschätzung etc.).



Nach dem Prinzip des folgenden Films können Sie Thesen und Antithesen aufstellen lassen:

Fünf Gründe gegen faire Mode – und fünf Argumente, warum sie Schwachsinn sind: <https://www.br.de/puls/themen/leben/warum-ich-keine-faire-mode-trage-100.html>

- Erweitern Sie abschließend die **Mind-Map** aus der Lerneinheit 1 um neue Begriffe, die den SuS nun noch zusätzlich einfallen.

Weiterführende Materialien und Tipps:

- Bayerischer Rundfunk: Erklärfilm Fast Fashion/Fakten und Zahlen im Überblick. Geeignet als Einführung/zur Relevanz des Themas.
www.br.de/puls/themen/leben/fast-fashion-in-zahlen-102.html
- Wanderausstellung Fast Fashion, Schattenseite der Mode:
<http://www.fastfashion-dieausstellung.de> (Bei Redaktionsschluss standen keine Termine in Deutschland fest)
- Ausstellung (Berlin): Fast Fashion – Slow Fashion 27.09.2019 bis 02.08.2020 im Museum Europäischer Kulturen:
<https://www.smb.museum/ausstellungen/detail/fast-fashion-slow-fashion.html>
- Bundeszentrale für politische Bildung 2018: Was geht? Modekonsum. Schülermagazin und Begleitheft für Pädagogen.
<https://www.bpb.de/shop/lernen/was-geht/275495/wie-sieht-s-aus-das-heft ueber-fashion-und-style>, Bestellnummer: 9617
- AKTIV werden: Mit der Initiative MAKE SMTHNG möchte Greenpeace die Maker-Community unterstützen und bietet dafür auch Unterrichtsimpulse mit Hintergrundinformationen zu Fast Fashion:
https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/gpbm_konsum_sh oppen_oder_selbermachen_0.pdf
- Dokumentations-Serie über eine Fashion-Bloggerin aus Norwegen, die in die Textilproduktion eintaucht: <https://www.aftenposten.no/norge/i/4d1nl9/Video-fra-Aftenposten?category=10514> (OV mit englischen Untertiteln), Bericht in deutscher Sprache hierüber:



- <https://www.br.de/puls/themen/leben/deadly-fashion-interview-frida-ottesen-100.html>
- Bemerkung: Die Serie ist gut geeignet, da sich junge Menschen mit der Bloggerin gut identifizieren können. Sie kann aber auch eine sehr aufwühlende Wirkung haben. Suchen Sie sich daher vorher genau aus, welche Folge Sie im Klassenraum zeigen möchten.
- Film „The true Cost“. <https://truecostmovie.com/>
 - Wenn es Ihnen nicht möglich ist, den Film zu bestellen/zu zeigen, können Sie viele Informationen aus den begleitenden Materialien ziehen, z. B. Rollenspiel zur Wertschöpfungskette ab Seite 26:
http://grandfilm.de/wp-content/uploads/2016/03/Schulmaterial_TheTrueCost_DerPreisDerMode.pdf
- Podcast „Wardrobe Crisis“ von Clare Press (Englisch), ggf. zum fächerverbindenden Einsatz: <https://www.clarepress.com/podcast>
- „Das Bündnis für nachhaltige Textilien ist eine Multistakeholder-Initiative mit rund 130 Mitgliedern aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft. Sie wollen gemeinsam die Bedingungen in der weltweiten Textilproduktion verbessern – von der Rohstoffproduktion bis zur Entsorgung. Das Textilbündnis wurde im Oktober 2014 als Antwort auf tödliche Unfälle in Textilfabriken in Bangladesch und Pakistan gegründet. Initiator war Bundesentwicklungsminister Dr. Gerd Müller. Die Mitglieder des Textilbündnisses decken heute rund die Hälfte des deutschen Textilmarktes ab. Eine Marktdeckung von 75 Prozent soll realisiert werden.“ <https://www.textilbuendnis.com/>
- Greenpeace: Konsumkollaps durch Fast Fashion:
https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/s0195_1_greenpeace_report_konsumkollaps_fast_fashion.pdf
- Utopia.de berichtet immer wieder über erschwingliche, attraktive und nachhaltige Mode (und über weitere Themen zu Nachhaltigkeit)
<https://utopia.de/ratgeber/fair-fashion-marken-shops/>

KLEIDERSCHRANK-CHECK



Davon trage ich

Teile mindestens
zweimal monatlich.

Ich habe zurzeit

Kleidungsstücke
(bitte nur Oberbekleidung
zählen: Hosen, Shirts,
Pullover, Kleider)



Meine 10 Lieblingsteile

Materialien

Herstellerland

Beispiel: Jogginghose von H&M

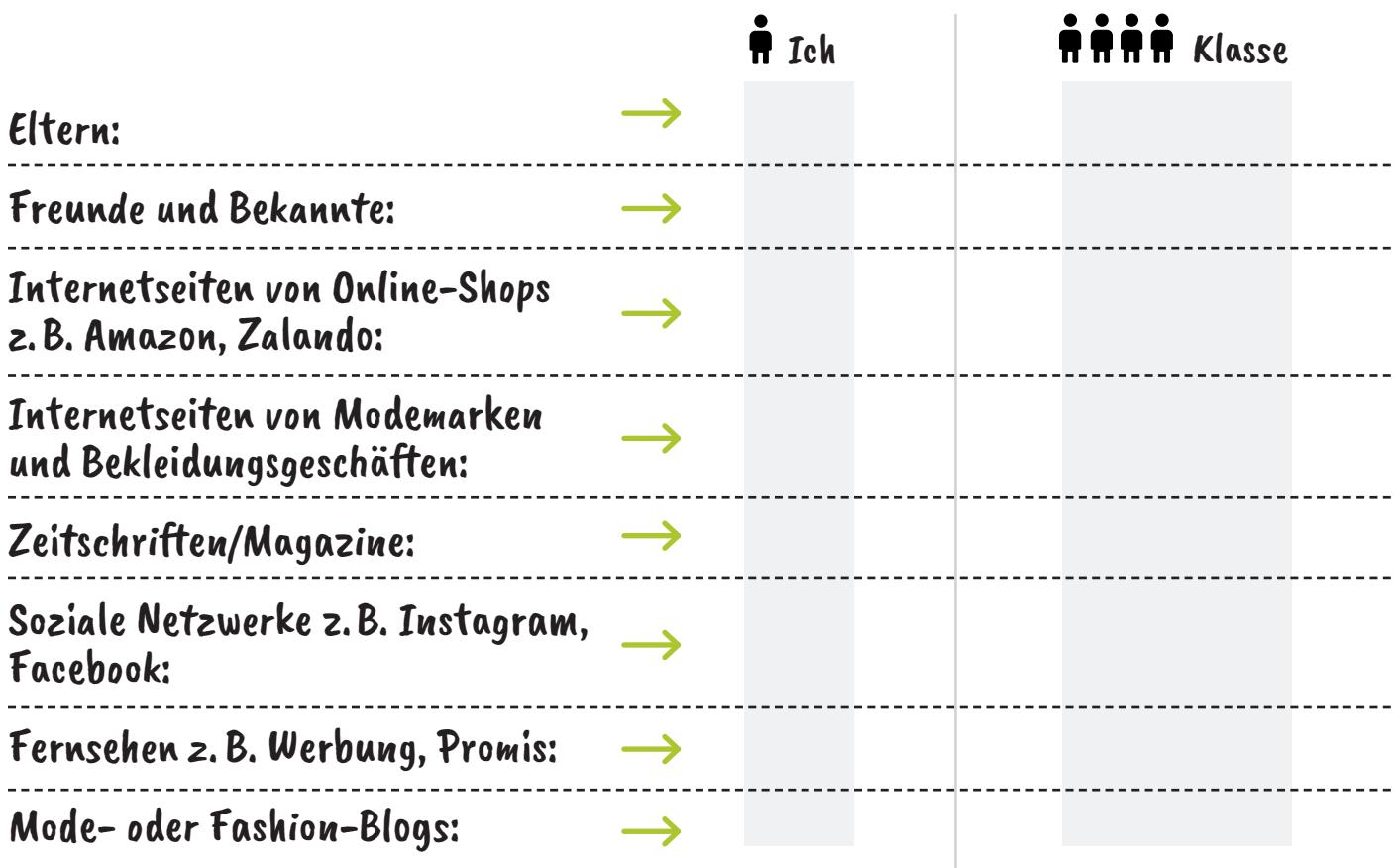
Viskose, Baumwolle

Bangladesch

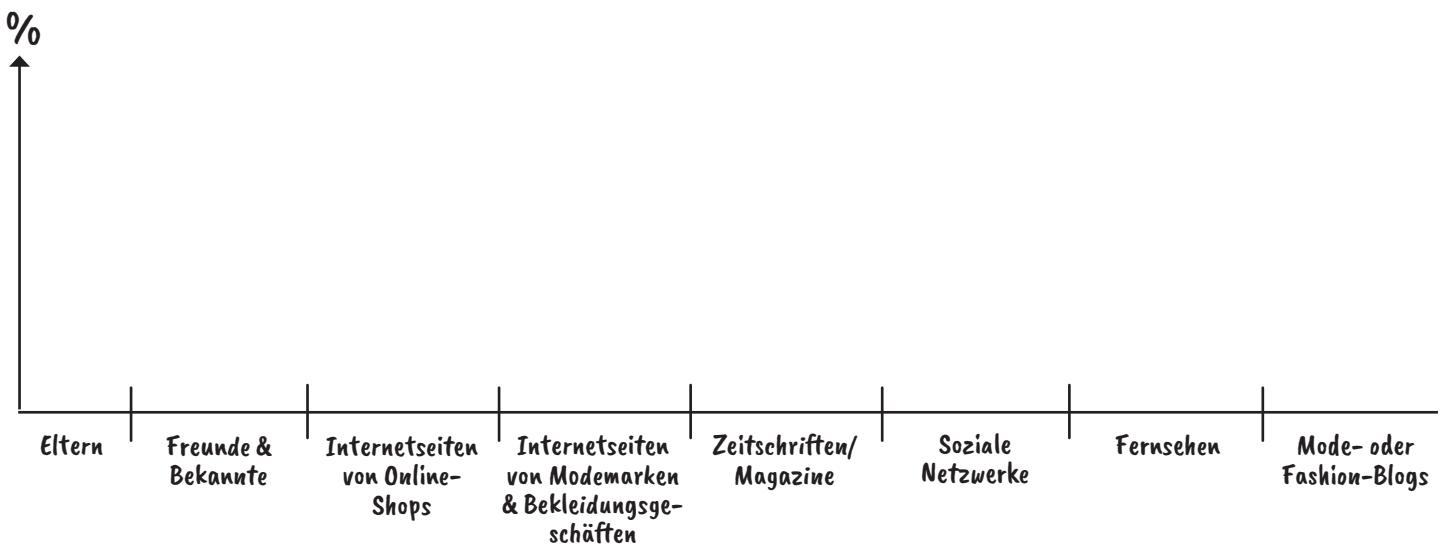
WEGE DURCH DEN MODE-DSCHUNGEL



WER UND WAS HILFT WEITER?



Das hilft uns mehr (oder weniger):



Influencerin Pamela Reif muss Werbung als solche kennzeichnen.

Fragen zum Audiobeitrag vom 21. März 2019 auf tagesschau.de:

Warum gelten Instagram-Auftritte der Influencerin als Schleichwerbung?

Wie begründet der Verband "Sozialer Wettbewerb" seine Klage?

Wie rechtfertigt Pamela Reif ihr Handeln?

Woraus ergibt sich der unlautere Wettbewerb?

Warum können Influencer nicht einfach strittige Posts als Werbung markieren?

UND WAS GLAUBST DU?!



Wie viele unserer Klamotten sind aus Plastik hergestellt?

Schätzung

Lösung

Wie viele Kleidungsstücke werden von einer Person in Deutschland durchschnittlich im Jahr gekauft?

Schätzung

Lösung

Wie viele Kilometer reisen die Shirts nach Deutschland?

Schätzung

Lösung

Wie viele Liter Wasser werden verbraucht, um ein Baumwoll-Shirt herzustellen?

Schätzung

Lösung

Was ist Fast Fashion?

Lösung

Was glaubt ihr, wie viel Geld eines verkauften Shirts (25 Euro) landet bei einer Näherin?

Schätzung Lösung

Wer bietet Fast Fashion an?

Lösung

AUSWIRKUNGEN VON FAST FASHION



HERSTELLUNG Naturfaser & Chemiefaser



AUSWIRKUNGEN
↓
↓
↓

■ ■ Mensch:

■ ■ Umwelt:

VERARBEITUNG Nähen & Veredeln



AUSWIRKUNGEN
↑
↓
↓
↓

■ ■ Mensch:

■ ■ Umwelt:

LIEFERWEGE Transportmittel



AUSWIRKUNGEN
↓
↓
↓

■ ■ Mensch:

■ ■ Umwelt:

NUTZUNG Waschen & Trocknen



AUSWIRKUNGEN
↓
↓
↓

■ ■ Mensch:

■ ■ Umwelt:

ENTSORGUNG Müll, Retouren & Altkleider



AUSWIRKUNGEN
↓
↓
↓

■ ■ Mensch:

■ ■ Umwelt:

AUSWIRKUNGEN VON FAST FASHION



HERSTELLUNG Naturfaser & Chemiefaser



AUSWIRKUNGEN

Mensch:

Gesundheitsgefährdende Arbeitsbedingungen durch den Einsatz von Chemikalien

Umwelt:

Umweltbelastung durch den Einsatz von Chemikalien in der Landwirtschaft und in den Fabriken, hoher Wasserverbrauch v. a. in der Landwirtschaft

VERARBEITUNG Nähen & Veredeln



AUSWIRKUNGEN

Mensch:

Gesundheitsgefährdende Arbeitsbedingungen durch den Einsatz von Chemikalien, niedrige Löhne, lange Arbeitszeiten und Akkordarbeit: Auswirkungen auf Psyche und Körper

Umwelt:

Umweltbelastung durch den Einsatz von Chemikalien beim Bleichen, Färben, Imprägnieren etc.

LIEFERWEGE Transportmittel



AUSWIRKUNGEN

Mensch:

Umweltbelastung durch Transportmittel (CO₂-Emissionen)

NUTZUNG Waschen & Trocknen



AUSWIRKUNGEN

Mensch:

Gesundheitsgefährdung durch Chemikalien (z. B. Allergien)

Umwelt:

Ressourcenverschwendungen: erhöhter Wasser- und Energieverbrauch; chemische Rückstände im Wasser

ENTSORGUNG Müll, Retouren & Altkleider



AUSWIRKUNGEN

Mensch:

Schlechte und gesundheitsgefährdende Arbeitsbedingungen in der Wiederaufbereitung

Umwelt:

Abfallaufkommen (aufgrund von mangelnder Qualität meist nicht wiederverwertbar), Abfallentsorgung in andere Länder: Umweltbelastung durch Transportmittel (CO₂-Emissionen)

LINK-LISTE FAST FASHION



Link-Tipps zur Recherche:

Repräsentative Umfrage von Greenpeace zum Modekonsum, Tragedauer und Entsorgung in Deutschland:
https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20151123_greenpeace_modekonsum_flyer.pdf

Erklärfilm über den Lebenszyklus eines Baumwoll-Shirts (Englisch mit deutschen Untertiteln):
<https://www.kraftfuttermischwerk.de/blogg/der-lebenszyklus-eines-t-shirts/>

Bericht über die Näherin Shila: <https://www.zeit.de/2014/17/bangladesch-naeherin-shila-begum>
(Die Zeit; 2014)

Film: Interview mit einer Textil-Arbeiterin in Bangladesch: <https://www.youtube.com/watch?v=2IM-GwuXgZTY&list=PLrJ57fSkPxcc0rgcldUISKysEpmAjtQs2&index=3&t=0s> (BMZ; 2015)

Film: Fast Fashion: Schnelle Mode ist im Trend: <https://www.youtube.com/watch?v=0H2WcFiAyrU>
(ARD-Mittagsmagazin; 2018)

Erklärung Fast Fashion, Produktion und Recycling; 2012 für die berufliche Bildung entwickelt, sehr umfangreich zum Thema Arbeitsbedingungen etc.: www.globaleslernen.de/sites/default/files/files/education-material/epiz_berufe_global_g_mode_und_textil.pdf

Hintergrundinformationen zu Produktionsstätten von Textilien sowie Interviews mit Näherinnen und Nähern, Informationen zum bestehenden internationalen Rechtsrahmen: https://saubere-kleidung.de/wp-content/uploads/2018/10/menschenrechte_textilindustrie_2018.pdf

Arbeitsbedingungen in der Textilbranche inkl. Verbrauchertipps: <http://www.bmz.de/de/themen/textilwirtschaft/hintergrund/index.html>

Thema Giftstoffe in Kleidung: https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/gpbm_gefaehrliche_chemie_in_textilien_saubere_mode_ist_moeglich.pdf

Bericht über das Unternehmen Zara (Süddeutsche Zeitung vom 31. August 2018): <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/fast-fashion-zara-hat-die-wegwerfmode-perfektioniert-1.4109496>

Artikel über H&M (u. a. auch über Ziele der Nachhaltigkeit vs. Greenwashing): <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/mode-hm-scheitert-an-sich-selbst-1.3972267> (Süddeutsche Zeitung; 9. Mai 2018))

Bericht über Secondhand-Aufbereitung in Bulgarien, u. a. auch zum Thema Retouren: <https://www.zeit.de/wirtschaft/2018-11/bulgarien-second-hand-geschaeft-fast-fashion>

Bericht über Fast Fashion im Altkleidercontainer: <https://www.rundschau-online.de/wirtschaft/volle-alkleidercontainer-getragene-kleidung-taugt-selbst-als-putzlappen-nicht-31767118>

Umfrage von Greenpeace zum Thema Online-Bestellungen und Retouren: https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/umfrage_zum_online-kaufverhalten_2018-se.pdf

Bericht über das Import-Verbot von Secondhand-Kleidung in Ruanda: <https://www.zeit.de/2019/02/ruanda-import-alkleidung-textilindustrie-globalisierung>

DEINE KAMPAGNE FÜR BEWUSSTE MODE!



- Daran auch gedacht?
- Passt das Thema zu deiner Zielgruppe?
 - Was brauchst du, um die Kampagne umzusetzen?
 - Sind Kosten zu erwarten?
 - Hast du genug Zeit?
 - Brauchst du UnterstützerInnen?

THEMA



Über was möchtest du informieren?

ZIELGRUPPE



Wen möchtest du informieren?

PROJEKT-IDEE



Wie möchtest du das Thema umsetzen? Denke dir auch einen kurzen Kampagnen-Titel oder einen Aufruf aus!

GESTALTUNG



Welche Motive passen zum Thema und der Kampagnen-Idee?

ÖFFENTLICHKEIT



Wo und wie kannst du dein Projekt präsentieren? Z. B.: Plakate für eine Projektwoche, Fotos auf Instagram, Videos auf YouTube...

HANDLUNGSALENTATIVEN ZUM KAUF VON FAST FASHION



Verwertung:

Schlagworte: Recycling, Upcycling, Secondhand, Tausch, Selfmade (reparieren, selbst nähen/ändern), Kleidersammlung, illegale Kleidersammlung, illegale Altkleider-Container, FairWertung

Link-Tipp:

Instagram-Mode-Blog der Berlinerinnen Karina Papp & Anna Vladi: [found_on_the_street](#) (mit Kleidung, die auf Berliner Straßen gefunden wurde)

Beschaffung:

Schlagworte: fair Fashion, faire Shops, faire Siegel

Link-Tipps:

Blogger Riccardo versucht fair zu kaufen: [https://www.br.de/puls/tv/puls/faire-mode-pro-und-cont-ra-100.html](#)

Artikel: Interview mit Mimi Sewalski „Große Konzerne erfinden oft eigene faire Siegel“:

[https://www.br.de/puls/themen/leben/mimi-sewalski-interview-avocado-store-fast-fashion-100.html](#)

BMZ/GIZ: Siegelklarheit. Informationen zu den verschiedenen Siegeln und Standards der Textilindustrie:
[www.siegelklarheit.de](#)

Label-Porträts ab Seite 26: [https://saubere-kleidung.de/wp-content/uploads/2018/10/menschenrechte_textilindustrie_2018.pdf](#)

Was machen die Labels anders als herkömmliche Mode-Labels? Was sind die Herausforderungen (wirtschaftliche Aspekte, Marketing etc.)?

Fair-Shopping-Tipps: APPs, Labels und Siegel: [https://www.br.de/puls/themen/leben/fair-shoppen-tipps-100.html](#)

Einkaufsratgeber von Greenpeace für giftfreie Mode: [https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/greenpeace_textil-label-juni_2016.pdf](#)

Tipps, wie und wo Käufer und VerbraucherInnen sich engagieren können: Ratgeber Textilsiegel
[https://saubere-kleidung.de/wp-content/uploads/2018/10/menschenrechte_textilindustrie_2018.pdf](#)

Wie ich seit zwei Jahren ohne Fast Fashion lebe (Berliner Zeitung vom 07.02.2019):

[https://www.berliner-zeitung.de/ratgeber/nachhaltigkeit/so-lebe-ich-seit-zwei-jahren-ohne-fast-fashion-31948096](#)