



Verbraucherzentrale

Unterrichtsmaterial Fast Fashion

**Modulbox Marketingstrategien und
Umweltauswirkungen**



Inhalt

Einleitung.....	3
Übersicht Modulbox	4
Didaktisches Konzept	6
Durchführung der Module	9
Hintergrundinformationen	16

Einleitung

Herzlich willkommen zum Unterrichtsmaterial Fast Fashion – Modulbox Marketingstrategien und Umweltauswirkungen

Kleidung ist für uns alle ein wichtiger Begleiter im Alltag. Doch sie ist viel mehr als nur ein Schutz vor Witterung – Kleidung steht für Mode, Zugehörigkeit, Identität, Spaß und vieles mehr. Die Modewelt stellt uns immer wieder die Frage: Welche Rolle spielt Kleidung in unserem Leben? Besonders im Fokus steht dabei das Phänomen der Fast Fashion, also die schnelle und günstige Produktion großer Mengen an Kleidung.

Durch ständig wechselnde Modetrends richtet sich das Angebot vor allem an junge Menschen. Oft erkennen sie die globalen Probleme des Massenkonsums durch Fast Fashion noch nicht vollständig. Gerade in der sensiblen Phase des Erwachsenwerdens, in der junge Menschen vor vielfältigen Herausforderungen stehen, spielt das äußere Erscheinungsbild eine große Rolle – sowohl im echten Leben als auch in den sozialen Medien. Influencer:innen, Modetrends und die Meinungen virtueller sowie realer Freund:innen beeinflussen ihr Selbstbild und ihre Entscheidungen.

Unser Ziel ist es, junge Verbraucher:innen in ihren Konsum- und Alltagskompetenzen zu stärken und ihr Bewusstsein für die eigene Rolle im Massenkonsum von Textilien zu schärfen. Wir möchten eine Reflexion anregen und die Schüler:innen für nachhaltigere Konsumgewohnheiten sensibilisieren.

Mithilfe dieses Unterrichtsmaterials werden Zusammenhänge, Dilemmata und gleichzeitig auch Lösungswege aufgezeigt. Dabei verbinden wir verschiedene Themen der Verbraucherbildung: die Bedürfnisse und Wünsche junger Verbraucher:innen, die Strategien von Marketing und Influencer:innen sowie die Folgen der Fast Fashion Industrie für Umwelt und Menschen weltweit.

Wir wünschen Ihnen und Ihren Schüler:innen viel Freude bei der Umsetzung und bei der gemeinsamen Entdeckung nachhaltigerer Konsumwege.



Fragen oder Feedback?

Sollten Sie Fragen zum Unterrichtsmaterial haben oder von Ihren eigenen Erfahrungen berichten wollen, kontaktieren Sie uns gerne unter der Mailadresse bildung@verbraucherzentrale.nrw.

Übersicht Modulbox

Das vorliegende Bildungsangebot ist sowohl für sozial- und gesellschaftswissenschaftliche Fächer als auch für den fächerübergreifenden oder projektorientierten Unterricht geeignet. Es leistet einen Beitrag zur Verbraucherbildung.

Verbraucherbildung fördert alltagsbezogene Kompetenzen, um Verbraucher:innen in die Lage zu versetzen, sich in einer zunehmend komplexeren Konsumwelt zu orientieren, ihre Bedürfnisse zu erkennen und selbstbestimmte Entscheidungen treffen zu können. Ziel ist es, die eigenständige Urteilsbildung sowie die Problemlöse- und Handlungsfähigkeit im Alltag von Verbraucher:innen zu stärken und Verbraucher:innen darin zu unterstützen, die Auswirkungen ihres individuellen Konsumverhaltens in Bezug auf ihre persönliche Lebensführung, ihr familiäres und gesellschaftliches Umfeld sowie im Kontext globaler Herausforderungen zu erkennen und reflektieren zu können.

Weitere Informationen: verbraucherbildung.de

Zielgruppe:

Sekundarstufe I und II
(empfohlen ab Klassenstufe 9)

Zeitlicher Umfang:

variabel (90 Minuten bis mehrtägiges Projekt)

Themengebiet:

Wünsche und Bedürfnisse, Medien und digitale Welt, Marketingstrategien, nachhaltiger Konsum, Abfall und Ressourcenschutz, globale Herstellungsprozesse

Fächerbezug:

fächerübergreifend (z. B. Gesellschaftslehre, Wirtschaft, Politik, Erdkunde, Verbraucherbildung)

Lernziele:

- **Selbstreflexion:** Die Schüler:innen reflektieren ihre Wünsche und Bedürfnisse in Bezug auf Kleidung und die damit verbundenen Werte.
- **Globaler Lebensweg:** Die Schüler:innen beschreiben den globalen Lebensweg von Kleidung und nennen seine sozialen sowie ökologischen Auswirkungen.
- **Problembewusstsein:** Die Schüler:innen benennen die sozialen und ökologischen Probleme, die durch Fast Fashion verursacht werden.
- **Marketingkritik:** Die Schüler:innen beschreiben Marketingstrategien der Fast-Fashion-Industrie und reflektieren deren Einfluss auf ihr Konsumverhalten.
- **Nachhaltigkeit:** Die Schüler:innen entwickeln ein Bewusstsein für nachhaltige Konsummöglichkeiten wie Reparieren, Tauschen und den Kauf von Secondhand-Kleidung.
- **Handlungsfähigkeit:** Die Schüler:innen planen gemeinschaftliche Projekte, um nachhaltigen Kleidungskonsum zu fördern.



Weitere Angebote

Als anbieterunabhängige Institution bieten die Verbraucherzentralen im Rahmen der Verbraucherbildung vielseitige Bildungsangebote für verschiedene Zielgruppen an.



Zu den Angeboten:
[verbraucherzentrale.nrw/
bildungsangebote](http://verbraucherzentrale.nrw/bildungsangebote)

Bezug zu BNE und SDGs:

Die Bildungsangebote der Verbraucherzentrale ermöglichen im Sinne einer Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) Heranwachsenden,

- das eigene Verhalten zu reflektieren,
- Verantwortung für das eigene Handeln zu übernehmen,
- eigene Handlungsspielräume zu erkennen und Handlungskompetenz zu erwerben,
- die ökonomischen, ökologischen und sozialen Folgen abzuschätzen und
- verantwortungsvolle, nachhaltige Entscheidungen treffen zu können.



Mit ihren Bildungsangeboten leisten die Verbraucherzentralen einen Beitrag zur Umsetzung der Sustainable Development Goals (SDG), insbesondere von SDG 4 „Hochwertige Bildung“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“.



Hinweis zu Open Educational Resources (OER):

Die Materialien sind unter einer offenen Lizenz als Open Educational Resources (OER) veröffentlicht. Das bedeutet, dass Sie die Übungen für Ihre Zwecke nutzen, überarbeiten und an Kolleg:innen weitergeben können.

Die Inhalte stehen, sofern nicht anders angegeben, unter der Lizenz CC BY-SA 4.0. Dabei muss als Quelle die Verbraucherzentrale NRW angegeben und die Creative-Common-Lizenz CC BY-SA 4.0 verwendet werden. Davon ausgeschlossen sind Bilder, das Markenlogo der Verbraucherzentrale, die Förderlogos von Projekten und die Logos von Ministerien.



Den Lizenztext finden Sie unter: creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0

Materialien:

Für die Modulbox stehen Ihnen alle notwendigen Arbeitsmaterialien (AM) zur Verfügung:

- **AM.1** Story meines Shirts
- **AM.2** Kleidung & Identität
- **AM.3** Fast Fashion durchschauen
- **AM.4** Marketingstrategien erkennen und verstehen
- **AM.5** Quiz rund um Fast Fashion
- **AM.6** Jeansreise – ein Beispiel für die globale Produktion
- **AM.7** Rollenspiel: Leute machen Kleider
- **AM.8** Die Pyramide für nachhaltigen Konsum
- **AM.9** Kleidung im Nachhaltigkeitscheck
- **M.10** Schulprojekt: Alternativen zu Fast Fashion

Neben den Arbeitsmaterialien können je nach ausgewählten Modulen verschiedene weitere Materialien zum Einsatz kommen, wie Laptop oder PC mit Beamer, Tablets oder Smartphones (optional für QR-Codes und Videos), Wäscheleine mit Klammern, Weltkarte, Wollknäuel, Scheren, Klebestifte oder Klebeband. Welche dieser Materialien Sie tatsächlich benötigen, hängt von der Auswahl und Umsetzung der jeweiligen Module ab.

Didaktisches Konzept

Aufbau und Struktur der Module

Das Unterrichtsmaterial ist flexibel und modular aufgebaut, sodass sie sich optimal an verschiedene Unterrichtssituationen anpassen lässt. Insgesamt umfasst sie elf Module, die in die Phasen Einstieg, Erarbeitung, Transfer und Abschluss gegliedert sind. Diese Struktur ermöglicht es Ihnen als Lehrkraft, einzelne Module je nach Zeitrahmen, Zielsetzung und Schwerpunkt gezielt auszuwählen und zu kombinieren.

Der Einstieg erfolgt über das Modul „Story meines Shirts“, das als roter Faden durch die gesamte Einheit führt. Es besteht aus zwei Teilen: Teil 1 widmet sich der Herkunft und dem bisherigen Lebensweg des eigenen Shirts, Teil 2 regt zur Reflexion über die zukünftige Nutzung und nachhaltige Handlungsmöglichkeiten an.

Die weiteren Module sind entsprechend den Lernphasen sortiert und können flexibel eingesetzt werden. Eine vollständige Durchführung aller Module ist daher nicht zwingend erforderlich.

Vertiefende Inhalte und weiterführende Links finden Sie für die Module 1 bis 9 im **Kapitel „Hintergrundinformationen“**. Diese sind den einzelnen Modulen zugeordnet, bieten aber auch darüber hinaus wertvolle Einblicke und Unterstützung.

Im Anhang stehen Ihnen zehn Arbeitsmaterialien als Kopiervorlagen zur Verfügung, die Sie frei nutzen können. Einige Materialien enthalten Lösungsvorschläge, die Sie bei den jeweiligen Unterlagen finden. Sämtliche Arbeitsmaterialien stehen unter der Lizenz CC-BY-SA 4.0 und dürfen unter Einhaltung der Lizenzbedingungen von Ihnen frei verwendet, bearbeitet und weitergegeben werden.



Phasenorientierte Zuordnung der Module

Die Module (kurz: M) sind den folgenden Phasen zugeordnet und haben unterschiedliche inhaltliche Schwerpunkte:

Einstieg

M.1 Story meines Shirts (10 Min.)

M.2 Kleidung & Identität (10 Min.)



Erarbeitung

M.3 Fast Fashion durchschauen (15 Min.)

M.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen (30 Min.)

M.5 Quiz rund um Fast Fashion (15 Min.)

M.6 Jeansreise – ein Beispiel für globale Produktion (20 Min.)

M.7 Rollenspiel: Leute machen Kleider (25 Min.)



Transfer

M.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum (10 Min.)

M.9 Kleidung im Nachhaltigkeitscheck (15 Min.)

M.10 Schulprojekt: Alternativen zu Fast Fashion (15 Min.)



Abschluss

M.11 Story meines Shirts, Teil 2 (5 Min.)

Beispielhafte Kombinationen und Ablaufpläne

Die Module sind flexibel kombinierbar und können je nach Zeitrahmen und Schwerpunktsetzung unterschiedlich eingesetzt werden.

Nachfolgend werden vier beispielhafte Kombinationen dargestellt, die verschiedene inhaltliche Schwerpunkte setzen.

Kombination 1: 90 Minuten – Schwerpunkt Marketingstrategien

Kombination 2: 90 Minuten – Schwerpunkt Umweltauswirkungen

Kombination 3: 180 Minuten – ausführliche Unterrichtseinheit

Kombination 4: Projekttag(e) – flexibel und umfassend


Modul	Kombination			
	1	2	3	4
Einstieg				
M.1 Story meines Shirts (10 Min.)	x	x	x	x
M.2 Kleidung & Identität (20 Min.)	x		x	x
Erarbeitung				
M. 3 Fast Fashion durchschauen (15 Min.)	x	x	x	x
M.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen (30 Min.)	x		x	x
M.5 Quiz rund um Fast Fashion (15 Min.)		x	x	x
M.6 Jeansreise – ein Beispiel für globale Produktion (20 Min.)		x	x	x
M.7 Rollenspiel: Leute machen Kleider (25 Min.)			x	x
Transfer				
M.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum (10 Min.)	x	x	x	x
M.9 Kleidung im Nachhaltigkeitscheck (15 Min.)		x	x	x
M.10 Schulprojekt: Alternativen zu Fast Fashion (mind. 15 Min.)*	x		x	x
Abschluss				
M.11 Story meines Shirts, Teil 2 – Reflexion (5 Min.)	x	x	x	x


* Die Dauer von Modul M.10 „Schulprojekt: Alternativen zu Fast Fashion“ ist flexibel und kann je nach verfügbarer Zeit für eine kurze Ideensammlung oder ein ausführliches Projekt angepasst werden.


Durchführung der Module


In diesem Kapitel werden alle Module des Unterrichtsmaterials mit Angaben zu Dauer, Material, Inhalt, Lernzielen, Umsetzung und Kernbotschaft beschrieben. Die Module sind flexibel einsetzbar – einzeln oder kombiniert, passend zu Lerngruppe, Zeit und Schwerpunkten. Im Folgenden werden die Module vorgestellt.


M.1 Story meines Shirts


 **Dauer:** 10 Minuten

 **Material:** AM.1 Story meines Shirts

 **Inhalt:** Die Schüler:innen rekonstruieren anhand von Leitfragen den bisherigen Lebensweg ihres Shirts und halten zentrale Stationen schriftlich fest.


 **Lernziele:** Durch die Auseinandersetzung mit dem Lebensweg eines Kleidungsstücks sammeln die Schüler:innen erste Ideen zu globalen Zusammenhängen der Textilproduktion. Sie reflektieren, welche Ressourcen, Arbeitsbedingungen und Transportwege in einem einfachen Shirt stecken.


 **Beschreibung:** Jede:r Schüler:in denkt mithilfe des Etiketts im Shirt über den individuellen Weg des eigenen Shirts nach und erstellt daraus eine kurze Geschichte: Wo wurde es hergestellt? Aus welchen Materialien besteht es? Wie kam es in den Kleiderschrank? Dabei helfen Impulsfragen auf dem Arbeitsmaterial AM.1 Story meines Shirts. Im Anschluss besteht die Möglichkeit zur freiwilligen Präsentation und einem kurzen Austausch über überraschende Erkenntnisse, Vermutungen oder Unklarheiten. Das Arbeitsmaterial wird im späteren Verlauf erneut aufgegriffen, um über die Zukunft des Kleidungsstücks nachzudenken (z. B. Weitergabe, Recycling, Upcycling oder Entsorgung).


 **Kernbotschaft:** Jedes Kleidungsstück erzählt eine globale Geschichte – und wir sind Teil davon.


M.2 Kleidung & Identität

 **Dauer:** 20 Minuten


 **Material:** AM. 2 Kleidung & Identität, Klebezettel oder kleine Zettel, ggf. Wäscheleine, Klammern oder Klebeband

 **Inhalt:** Die Schüler:innen setzen sich mit ihrer Kleidung als Ausdruck von Persönlichkeit, Erinnerungen und Bedürfnissen auseinander und reflektieren ihre individuelle Beziehung zu Mode.


 **Lernziele:** Durch die Auseinandersetzung mit persönlichen Aussagen zur eigenen Kleidung beschreiben die Schüler:innen, welche Rolle Mode im Alltag und in der Selbstwahrnehmung spielt. Dabei entwickeln sie erste Fragestellungen zu Konsumverhalten, gesellschaftlichen Normen und der Bedeutung von Kleidung für Identität und Zugehörigkeit.


 **Beschreibung:** An einer Wäscheleine oder im Raum sind mehrere Plakate mit Satzanfängen verteilt (siehe Arbeitsmaterial AM.2 Kleidung & Identität). Die Schüler:innen erhalten Klebezettel oder kleine Zettel, bewegen sich frei durch den Raum, lesen die Plakate und ergänzen mindestens drei der Aussagen schriftlich. Pro Zettel wird eine Aussage formuliert. Die Zettel werden direkt an die Plakate geklebt oder daneben gelegt. Im Anschluss findet ein stiller Galeriegang statt: Die Schüler:innen lesen die gesammelten Aussagen. Jede:r wählt zum Abschluss eine Aussage (nicht die eigene), die besonders anspricht oder zum Nachdenken anregt, und nennt sie im Plenum.

Die Lehrkraft greift zentrale Begriffe, Themen und Bedürfnisse aus den Aussagen auf (z. B. „Stil“, „Wohlfühlen“, „Erinnerung“, „Zugehörigkeit“, „Trends“) und notiert oder clustert sie sichtbar an der Tafel.

 **Kernbotschaft:** Kleidung ist mehr als Mode – sie spiegelt Identität, Werte und persönliche Geschichten wider.


M.3 Fast Fashion durchschauen

 **Dauer:** 15 Minuten


 **Material:** AM.3 Fast Fashion durchschauen, Video: „Fast Fashion – Erklärbar“ (YouTube, 2:59 Min, Quelle: Sächsische Landeszentrale für politische Bildung), Laptop/PC mit Internet + Beamer




Das Video ist unter folgendem Link aufrufbar: youtube.com/watch?v=rpWXTwULDQE


 **Inhalt:** Die Schüler:innen setzen sich mit den Mechanismen der Fast-Fashion-Industrie auseinander und analysieren, wie Marketing, Trends und Konsumverhalten gezielt gesteuert werden.

 **Lernziele:** Die Schüler:innen benennen zentrale Merkmale von Fast Fashion und beschreiben deren Auswirkungen auf Konsumverhalten und persönliche Kaufentscheidungen. Sie entwickeln ein erstes Verständnis für die sozialen und ökologischen Probleme, die mit der Produktion und Entwertung von Kleidung in der Fast-Fashion-Industrie verbunden sind.


 **Beschreibung:** Zu Beginn der Methode findet ein kurzes Brainstorming im Plenum statt: Was verbinden die Schüler:innen mit dem Begriff „Fast Fashion“? Ihre ersten Gedanken halten sie direkt auf dem Arbeitsmaterial AM.3 – Fast Fashion durchschauen fest. Anschließend wird


das Video „Fast Fashion – Erklärbar“ gezeigt. Während des Films notieren die Schüler:innen auf AM.3 zentrale Stichworte. Nach dem Film übertragen die Schüler:innen ihre Notizen aus dem Arbeitsmaterial in die gemeinsame Diskussion. Die Begriffe werden an der Tafel gesammelt und gemeinsam geordnet.


 **Hinweis:** Diese Methode bildet die inhaltliche Grundlage für die folgenden Module, in denen einzelne Themen (z. B. Umwelt, Arbeitsbedingungen, Alternativen) vertiefend behandelt werden.


 **Kernbotschaft:** Fast Fashion entwertet Kleidung – auf Kosten von Mensch und Umwelt.

M.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen

 **Dauer:** 30 Minuten

 **Material:** AM.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen, Tablets oder Smartphones mit Internet für Schüler:innen (zum Scannen von QR-Codes und Abspielen von Videos)

 **Inhalt:** Die Schüler:innen analysieren in Gruppen, wie Fast Fashion-Marken gezielt Marketingstrategien einsetzen – zum Beispiel durch Influencer:innen, Social Media oder vermeintliche Nachhaltigkeitsversprechen – und reflektieren dabei, wie unsere Bedürfnisse gezielt beeinflusst werden.

 **Lernziele:** Die Schüler:innen beschreiben, mit welchen Mitteln und Mechanismen die Fast-Fashion-Industrie Konsument:innen beeinflusst. Sie hinterfragen gezielt, ob Bedürfnisse wirklich erfüllt oder eher künstlich erzeugt werden und benennen mögliche Folgen für das Konsumverhalten, die Umwelt und die eigene Entscheidungsfreiheit.



Beschreibung: Die Methode knüpft an das Grundlagenwissen aus Modul M.3 an und vertieft es anhand konkreter Marketingbeispiele. In Gruppen bearbeiten die Schüler:innen je eines der folgenden Themen mithilfe des Arbeitsmaterials *AM.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen*:

- Thema 1: Fashion-Hauls als Marketingstrategie
- Thema 2: Fast Fashion & Social Media
- Thema 3: Fast Fashion & Nachhaltigkeit

Die Gruppen bestehen idealerweise aus je drei bis vier Schüler:innen. Bei größeren Klassen können die Themen mehrfach vergeben werden, sodass mehrere Gruppen parallel am selben Thema arbeiten.

Gearbeitet wird nach dem Prinzip „Think–Pair–Share“:

- **1. Einzelarbeit (5 Min.):** Erste Gedanken und Beobachtungen werden auf dem ersten Teil des Arbeitsblattes notiert.
- **2. Gruppenarbeit (5 Min. Austausch + 15 Min. Vertiefung):** Im Team werden die individuellen Notizen zusammengeführt und das zweite Arbeitsblatt gemeinsam bearbeitet. Dabei werden zentrale Aussagen, Beobachtungen und eigene Bewertungen festgehalten.

Im Anschluss präsentieren die Gruppen ihre Ergebnisse kurz (5 Min.) im Plenum. Dabei werden die wichtigsten Merkmale und Methoden des jeweiligen Marketingansatzes vorgestellt, bewertet und die gezielte Beeinflussung von Bedürfnissen herausgestellt. Anschließend übernimmt die Lehrkraft die wichtigsten Inhalte ggf. in ein Tafelbild.

Wenn noch Zeit ist, können folgende Diskussionsfragen zur gemeinsamen Reflexion im Plenum genutzt werden: Tragen Influencer:innen Verantwortung für das, was sie

bewerben? Kann Fast Fashion überhaupt nachhaltig sein? Warum (nicht)?



Kernbotschaft: Ich lasse mich inspirieren, aber nicht manipulieren.

M.5 Quiz rund um Fast Fashion



Dauer: 15 Minuten



Material: *AM.5 Quiz rund um Fast Fashion*, Laptop/PC + Beamer, ggf. Internet mit Kahoot-Account



Inhalt: Die Schüler:innen setzen sich mithilfe eines Quiz interaktiv mit den ökologischen, ökonomischen und sozialen Folgen von Fast Fashion auseinander und festigen zentrale Fakten der vorangegangenen Module.



Lernziele: Die Schüler:innen benennen zentrale Probleme, die mit der Produktion, dem Konsum und der Entsorgung von kurzlebiger Billigmode verbunden sind – darunter Umweltbelastungen, Ressourcenverbrauch, Arbeitsbedingungen und Überkonsum. Sie wiederholen und vertiefen Inhalte aus den vorhergehenden Modulen anhand konkreter Daten, Fakten und Zusammenhänge.



Beschreibung: In *AM.5 Quiz rund um Fast Fashion* setzen sich die Schüler:innen mit verschiedenen Aspekten von Fast Fashion auseinander. Jede Frage bietet drei Antwortmöglichkeiten. Die richtige Antwort wird im Plenum oder in Kleingruppen diskutiert und anschließend aufgelöst. Zu jeder Frage wird eine kurze Hintergrundinformation gegeben, die im **Kapitel 5 „Hintergrundinformationen“** zur weiteren Vertiefung nachgelesen werden kann.

Das Quiz kann in unterschiedlichen Varianten durchgeführt werden – abhängig von Zeit, Gruppengröße und technischer Ausstattung:

- **1. Einzelmodus:** Alle Schüler:innen beantworten die Fragen für sich, z. B. durch Handzeichen, Karten oder mobil/digital.
- **2. Zweiergruppenmodus:** Zwei Teams treten gegeneinander an. Nach kurzer Beratung wird eine gemeinsame Antwort gegeben.
- **3. Kleingruppenmodus:** Mehrere kleine Gruppen (z. B. 3 – 4 Personen) spielen gegeneinander. Die Gruppen einigen sich nach Diskussion auf eine Antwort.

Das Quiz ist in zwei Formaten verfügbar:

- Als Präsentation, die auch offline genutzt werden kann (AM.5 Quiz rund um Fast Fashion)
- Als interaktives digitales Spiel über Kahoot



Das Quiz ist für registrierte Accounts unter folgendem Link zugänglich: create.kahoot.it/share/fast-fashion/919f5921-fdb9-4fa3-a1b6-8b8155a12f43



Kernbotschaft: Fast Fashion verursacht enorme Umweltschäden und bedeutet Ausbeutung von Menschen.

M.6 Jeansreise – ein Beispiel für die globale Produktion



Dauer: 20 Minuten



Material: AM.6 Jeansreise – ein Beispiel für die globale Produktion, Weltkarte, Wollknäuel



Inhalt: Die Schüler:innen verfolgen die einzelnen Schritte der Jeansproduktion von der Baumwollernte bis zum Verkauf. Dabei setzen sie sich mit der globalen Vernetzung der Textilindustrie auseinander und stellen diese geografisch und visuell dar.



Lernziele: Zentrale Schritte der Jeansproduktion können benannt und in die richtige Reihenfolge gebracht werden. Dabei beschreiben die Schüler:innen, wie stark die Textilherstellung international verflochten

ist, und reflektieren die ökologischen und sozialen Folgen entlang der gesamten Lieferkette – darunter Ressourcenverbrauch, Umweltbelastungen und menschenunwürdige Arbeitsbedingungen.



Beschreibung: Auf dem Boden liegt eine große Weltkarte. Die Schüler:innen versammeln sich im Kreis um die Karte. Es gibt zwölf Karten (AM.6 Jeansreise – ein Beispiel für die globale Produktion), die jeweils einen Produktionsschritt der Jeans zeigen. Die Karten enthalten ein passendes Bild und eine kurze Erläuterung. Die Karten werden an Schüler:innen-Paare oder Kleingruppen verteilt. Jede Gruppe versucht das jeweilige Land auf der Weltkarte zu lokalisieren und platziert ihre Karte entsprechend. Im kurzen Austausch erläutern die Schüler:innen, warum ihr Produktionsschritt vermutlich genau in diesem Land stattfindet (z. B. billige Arbeitskräfte, spezielle Industrie, Ressourcenverfügbarkeit).

Anschließend nehmen die Gruppen ein Wollknäuel zur Hand. In der Reihenfolge der Produktionsschritte reichen sie sich das Knäuel weiter, sodass sich eine Verbindung zwischen den Orten bildet. So entsteht ein sichtbares Netz über der Weltkarte, das die Vielzahl an Stationen und Transportwegen einer einzelnen Jeans eindrucksvoll zeigt.

Die Lehrkraft kann abschließend oder begleitend auf den Verbrauch von Ressourcen, Umweltauswirkungen durch Chemikalien oder Wasserverbrauch sowie soziale Aspekte wie Löhne und Arbeitszeiten eingehen.



Kernbotschaft: Fast Fashion verursacht enorme Umweltschäden und bedeutet Ausbeutung von Menschen.

M.7 Rollenspiel: Leute machen Kleider



Dauer: 25 Minuten



Material: AM.7 Rollenspiel: Leute machen Kleider, Klebestifte, Papier zum Aufkleben



Inhalt: In einem kurzen Rollenspiel erleben die Schüler:innen exemplarisch die Arbeitsbedingungen in Nähereien, in denen Kleidung für die Fast-Fashion-Industrie hergestellt wird. Dabei simulieren sie unter Zeitdruck eine Fließbandproduktion und setzen sich anschließend mit der Situation der Arbeiter:innen auseinander.



Lernziele: Die Schüler:innen beschreiben die körperlichen und psychischen Belastungen von Textilarbeiter:innen und reflektieren, wie Arbeitsdruck, Ausbeutung und fehlende Schutzrechte mit unserem Kleidungskonsum zusammenhängen. Sie entwickeln ein Bewusstsein dafür, wer unsere Kleidung herstellt und unter welchen Bedingungen.



Beschreibung: Vor Beginn wird die T-Shirt-Vorlage (AM.6 Rollenspiel: Leute machen Kleider) in sechs Puzzleteile zerschnitten. Diese symbolisieren die einzelnen Arbeitsschritte bei der Herstellung eines T-Shirts. Sechs Schüler:innen übernehmen die Rolle der Näher:innen. Sie sitzen nebeneinander an einer langen Tischreihe und erhalten jeweils ein Puzzlestück. Zusätzlich wird ein:e Schüler:in als „Aufseher:in“ bestimmt, der bzw. die für eine kontrollierende, fordernde Atmosphäre sorgt – durch Anweisungen, Druck und Kritik. Die erste nähende Person beginnt damit, ihr Puzzleteil zügig und sauber auf ein leeres Blatt Papier zu kleben. Danach gibt sie das Blatt an die nächste nähende Person weiter, die ebenfalls ihr Teil aufklebt – und so weiter, bis das T-Shirt komplett ist. Die Aufgabe soll so schnell wie möglich erledigt werden. Es bietet sich an, ca. fünf Vorlagen hintereinander in Umlauf zu bringen. Die „Aufsicht“ sorgt dabei für Stress und Hektik, kommentiert die Arbeitsweise, baut zeitlichen Druck auf und ruft Drohungen in den Raum z. B. „Ihr arbeitet zu langsam! Ich streiche euch die Pause!“ oder „Das falsch genähte Shirt ziehe ich euch vom Gehalt ab!“. Nach der Aktion kommen alle Beteiligten in der Reflexion zusammen. Sie berichten, wie

sich die Rollen angefühlt haben, sowohl als Arbeiter:in als auch als Aufseher:in. Die Klasse überträgt diese Erfahrungen auf die Realität in der globalen Textilproduktion: Wie müssen sich Menschen fühlen, die täglich unter solchen Bedingungen Kleidung nähen? Warum sind die Arbeitsrechte oft schwach? Und welche Rolle spielt unser Konsumverhalten dabei?



Kernbotschaft: Fast Fashion heißt Menschen ausbeuten.

M.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum



Dauer: 10 Minuten



Material: AM.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum, Scheren, Klebestifte



Inhalt: Die Schüler:innen lernen die Pyramide für nachhaltigen Konsum kennen, die konkrete Empfehlungen für umweltbewusste und verantwortungsvolle Konsumentscheidungen im Bereich Kleidung gibt.




Lernziele: Anhand der Konsumpyramide benennen die Schüler:innen zentrale Handlungsoptionen für nachhaltigen Kleidungskonsum. Sie ordnen die fünf Stufen korrekt zu, beurteilen deren Bedeutung im Alltag und entwickeln konkrete Ideen, wie sie ihr eigenes Konsumverhalten bewusster und umweltfreundlicher gestalten können.





Beschreibung: Die Schüler:innen setzen sich mithilfe des Arbeitsmaterials AM.8 aktiv mit der „Pyramide für nachhaltigen Konsum“ auseinander. Zunächst schneiden sie fünf Textstreifen auf Seite 1 aus, die für unterschiedliche Handlungsoptionen beim Kleidungskauf stehen – von „weiter nutzen“ bis „neu kaufen“. Anschließend legen sie diese Streifen in der richtigen Reihenfolge auf die Pyramide auf Seite 2 – von der nachhaltigsten (unten) bis zur am wenigsten nachhaltigen


Handlung (oben). Geklebt wird erst, nachdem die Lösung gemeinsam besprochen und verglichen wurde. Wenn noch Zeit bleibt und das Modul 9 „Kleidung im Nachhaltigkeitscheck“ nicht durchgeführt wird, reflektieren die Schüler:innen, welche der vorgestellten Möglichkeiten sie bereits umsetzen oder in Zukunft ausprobieren möchten. Zusätzlich kann die Pyramide als großes Plakat für das Klassenzimmer oder die Schule gestaltet werden.


 **Kernbotschaft:** Nachhaltiger Konsum bedeutet, Kleidung länger zu nutzen und weniger neu zu kaufen.


M.9 Kleidung im Nachhaltigkeitscheck


 **Dauer:** 15 Minuten

 **Material:** AM.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum, AM.9 Kleidung im Nachhaltigkeitscheck, ggf. Klebeband


 **Inhalt:** Anhand von Fotos realer Kleidungsstücke, die im Raum verteilt sind, ordnen die Schüler:innen diese den Stufen der Pyramide für nachhaltigen Konsum aus Modul M.8 zu.

 **Lernziele:** Die Schüler:innen beschreiben anhand konkreter Beispiele, wie sich nachhaltiges Verhalten im Kleiderkauf und -gebrauch praktisch umsetzen lässt. Sie reflektieren ihr eigenes Konsumverhalten und entwickeln ein Bewusstsein für alltagstaugliche nachhaltige Alternativen.


 **Beschreibung:** Im Raum hängen Fotos verschiedener Kleidungsstücke mit nummerierten Etiketten. Die Schüler:innen lesen die Aussagen auf den Fotos aufmerksam und ordnen jedes Kleidungsstück einer Stufe der Pyramide im Arbeitsmaterial AM.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum zu. Dabei tragen sie die Nummern in die entsprechenden Etikett-Felder der Pyramide ein.


 **Hinweis:** Es können auch mehrere Kleidungsstücke einer Stufe zugeordnet werden.


Abschließend reflektieren die Schüler:innen, welche der vorgestellten Möglichkeiten sie selbst bereits umsetzen oder in Zukunft ausprobieren möchten: Kaufen sie Secondhand? Haben sie schon einmal etwas repariert oder getauscht? Welche Idee finden sie besonders alltagstauglich?


 **Kernbotschaft:** Durch bewusste Entscheidungen im Alltag gelingt nachhaltiger Kleidungskonsum.


M.10 Schulprojekt: Alternativen zu Fast Fashion

 **Dauer:** ab 15 Minuten (flexibel je nach gewünschter Tiefe)

 **Material:** AM.10 Schulprojekt Fast Fashion

 **Inhalt:** Die Schüler:innen lernen kreative und gemeinschaftliche Alternativen zu Fast Fashion kennen. Beispiele hierfür sind Schulflohmärkte, Kleidertauschpartys, Upcycling-Workshops oder Give-Boxen. Sie entwickeln eigene Ideen, wie die Schule zu einem Ort für nachhaltigen Konsum werden kann.

 **Lernziele:** Das Wissen über Fast Fashion wird genutzt, um konkrete Gegenmaßnahmen zu erarbeiten. Die Schüler:innen erstellen eigenständig Projektideen, um ihre Mitschüler:innen dazu zu bewegen, Kleidung länger zu nutzen und bewusster zu konsumieren.

 **Beschreibung:** Zu Beginn sammeln die Schüler:innen im Plenum bestehende oder mögliche Projekte an Schulen, z. B. Tauschbörsen oder DIY-Ecken. Danach bilden sich Kleingruppen, die jeweils ein eigenes Konzept entwickeln. Dabei werden sie mit dem Arbeitsmaterial AM.10 Schulprojekt:

Alternativen zu Fast Fashion und Leitfragen unterstützt. Am Ende präsentieren die Gruppen ihre Ideen als Poster, Pitch oder kurze Präsentation.

Die Methode eignet sich sowohl als kurze Ideensammlung innerhalb von 15 Minuten als auch als mehrstündige Projektphase, beispielsweise für Projekttag oder als Abschlussmodul einer Unterrichtseinheit.



Kernbotschaft: Gemeinsam können wir an der Schule aktiv werden und einen nachhaltigen Umgang mit Kleidung fördern.

und ihre soziale, kulturelle sowie ökologische Bedeutung untergräbt. Die Schüler:innen nutzen das *Arbeitsmaterial AM.1* erneut, um schriftlich Ideen zu den Themen Reparatur, Weitergabe, Upcycling oder bewusste Nutzung festzuhalten. Die Ergebnisse werden anschließend im Plenum geteilt und gemeinsam reflektiert.



Kernbotschaft: Ein nachhaltiger Umgang mit Kleidung beginnt bei mir – wie ich meine Kleidung wertschätze und nutze, entscheidet über ihre Zukunft.

M.11 Story meines Shirts, Teil 2



Dauer: 5 Minuten



Material: AM.1 Story meines Shirts



Inhalt: Der Blick richtet sich zurück auf die eigene „Story des Shirts“ und darauf, wie die Zukunft des Kleidungsstücks gestaltet werden kann. Die Schüler:innen beschäftigen sich mit Möglichkeiten, Kleidung länger zu nutzen und bewusster mit ihr umzugehen.



Lernziele: Die Schüler:innen beschreiben den Wert ihrer Kleidung, entwickeln Wertschätzung für ihre Textilien und reflektieren Möglichkeiten, bewusster mit Kleidung umzugehen. Dabei werden sie angeregt, den Reizen von Fast Fashion kritisch zu begegnen und eigene, nachhaltigere Wege zu finden.



Beschreibung: Aufbauend auf Modul M.1, in dem die Herkunft und der Weg des Shirts untersucht wurden, überlegen die Schüler:innen nun, wie die Geschichte ihres Shirts weitergehen könnte. Dabei greifen sie die in Modul M.2 erarbeiteten persönlichen Werte auf. Die Lehrkraft kann noch einmal gezielt auf diese Werte verweisen und daran erinnern, dass Fast Fashion Kleidung sowohl materiell als auch ideell entwertet, sie zur Wegwerfware macht

Hintergrundinformationen

M.1 Story meines Shirts

Ein Shirt ist ein alltägliches Kleidungsstück, das in der Regel eine lange globale Reise hinter sich hat. Die Baumwolle stammt oft aus Ländern wie Indien, den USA oder Usbekistan, die Weiterverarbeitung – Spinnen, Weben, Färben, Nähen – erfolgt meist in asiatischen Billiglohnländern wie Bangladesch oder Vietnam. Danach wird das fertige Produkt nach Europa transportiert und verkauft.

Dabei stehen soziale und ökologische Probleme im Mittelpunkt: In den Produktionsländern arbeiten viele Menschen, häufig unter prekären Bedingungen mit niedrigen Löhnen, langen Arbeitszeiten und kaum Arbeitsschutz. Der Anbau und die Verarbeitung belasten zudem die Umwelt stark, etwa durch hohen Wasserverbrauch, Pestizide oder chemische Rückstände aus der Textilbehandlung.

Fast Fashion verschärft diese Probleme. Kleidung ist heute so günstig und schnell verfügbar, dass sie oft nur wenige Male getragen und dann aussortiert wird.

M.2 Kleidung & Identität

Mode spiegelt zum einen Stimmung und Geschmack wider, ist aber auch ein Ausdruck für Zugehörigkeit und Persönlichkeit. Kleidung und Mode hat in unterschiedlicher Weise für jede:n eine andere Bedeutung und auch einen Wert. Viele möchten modisch sein und sich entsprechenden neuesten Trends kleiden, was auch dazu verleiten kann, ständig neue Kleidung zu kaufen, um eine große Auswahl zu haben. Die Kleidung kann an bestimmte Situationen angepasst werden und dabei einen bestimmten Stil ausdrücken. Auch wenn kein besonderes Interesse an Mode besteht, kann sich das in der Kleidung widerspiegeln. Gleichzeitig gibt es Schüler:innen, denen Nachhaltigkeit wichtig ist – sie achten beim Kleiderkauf auf ökologische Kriterien oder greifen bereits auf alternative Formen wie Secondhand, Tauschbörsen

oder Kleidertauschaktionen zurück. Darüber hinaus besitzen viele Menschen Kleidungsstücke, die eine persönliche Bedeutung haben, etwa als Erinnerung an ein besonderes Erlebnis. Solche Stücke werden emotional aufgeladen und symbolisieren individuelle Geschichten. Auch Redewendungen wie „Kleider machen Leute“ oder „Du bist, was du trägst“ verdeutlichen, welche soziale und persönliche Bedeutung Kleidung in unserer Gesellschaft hat.

M.3 Fast Fashion durchschauen

Fast Fashion steht für ein Geschäftsmodell der Modeindustrie, das auf extrem schnelle, billige und massenhafte Produktion setzt. Ziel ist es, stets neue Modetrends aufzugreifen und innerhalb kürzester Zeit in großen Mengen auf den Markt zu bringen. Unternehmen wie Zara, H&M, Primark oder Shein bringen mittlerweile nicht nur saisonale, sondern monatliche oder sogar wöchentliche Kollektionen in den Handel – teils bis zu 24 pro Jahr.

Diese Mode wird zu sehr niedrigen Preisen verkauft, was es insbesondere Jugendlichen ermöglicht, sich regelmäßig neu einzukleiden und verschiedene Styles auszuprobieren. Gleichzeitig erzeugt dieses Modell einen sozialen Druck, ständig Neues zu besitzen, denn Kleidung, die nicht mehr „trendy“ ist, wird schnell als wertlos wahrgenommen. Das Gefühl, „nichts zum Anziehen zu haben“, obwohl der Schrank voll ist, wird durch Werbemechanismen und soziale Medien noch verstärkt.

Zentrale Kennzeichen von Fast Fashion:

- extrem günstige Preise
- schnelle Produktionszyklen (z. B. wöchentlich neue Ware)
- minderwertige Qualität (häufig Polyester oder Mischgewebe)
- Trend-Orientierung statt Langlebigkeit
- große Auswahl, schnell verfügbar

- Marketing zielt auf Status, Zugehörigkeit und Konsumlust

Problematische Aspekte:

Psychologisches Dilemma & Manipulation

Fast Fashion nutzt gezielt unser Bedürfnis nach Individualität, sozialer Zugehörigkeit und Selbstinszenierung aus. Die ständige Verfügbarkeit von neuer Kleidung bei gleichzeitigem Preisverfall führt zu Kaufdruck, Frust und Fehlkäufen: Kleidung wird gekauft, ohne wirklich gebraucht zu werden, passt nicht richtig, gefällt nach wenigen Tagen nicht mehr oder hält qualitativ nicht lange durch.

Gerade für Jugendliche stellt dies jedoch ein Dilemma dar: Sie befinden sich in einer Phase des Ausprobierens, des Abgrenzens und der Suche nach ihrer eigenen Identität, was sich auch im äußeren Erscheinungsbild, insbesondere in Kleidung und Stil widerspiegelt. Oft haben sie nur begrenzte finanzielle Mittel, möchten aber trotzdem modische Kleidung tragen, ohne sich schon auf einen festen Stil festzulegen. Sich mit zeitlosen Kleidungsstücken einzudecken, die sie in zehn Jahren noch tragen können, passt daher oft nicht in ihre Lebenswelt. Selbst wenn Interesse an nachhaltig produzierter Kleidung besteht, fehlen oft die finanziellen Möglichkeiten, diese zu kaufen. Hinzu kommt, dass junge Menschen, je nach Alter, noch wachsen und deshalb ohnehin häufiger neue Kleidung benötigen.

Ressourcenverbrauch & Umweltverschmutzung

Die Produktion von Fast Fashion ist mit enormem Ressourcenverbrauch verbunden – etwa beim Anbau von Baumwolle (Wasser, Pestizide), bei der Herstellung von Polyester (Plastik) sowie durch CO₂-Emissionen beim Transport. Die Textilindustrie verursacht rund zehn Prozent der globalen CO₂-Emissionen – mehr als internationale Luftfahrt und Schifffahrt zusammen.

Beim Waschen von synthetischer Kleidung gelangt Mikroplastik in die Gewässer. Viele Kleidungsstücke landen nach kurzer Nutzung im Müll oder werden als Altkleider exportiert – meist in Ländern des Globalen Südens.

Überproduktion & Überkonsum

Laut Statistiken wurden im Jahr 2020 weltweit rund 200 Milliarden Kleidungsstücke produziert, aber nur etwa 160 Milliarden verkauft. Allein in Deutschland wirft jede:r im Schnitt 4,7 Kilogramm Kleidung pro Jahr weg, das entspricht etwa vier Jeans und elf T-Shirts. Etwa 40 Prozent der Kleidung im Schrank wird nicht getragen.

Soziale Ungerechtigkeit & Ausbeutung

Die günstigen Preise sind nur möglich, weil in Produktionsländern wie Bangladesch oder Vietnam unter prekären Bedingungen gearbeitet wird: niedrige Löhne, unsichere Arbeitsplätze und kaum Schutzrechte. Die gesundheitlichen Folgen für die Beschäftigten – besonders in der Färbung und Textilbehandlung – sind gravierend. Fast Fashion entwertet Kleidung – sowohl materiell als auch ideell. Sie wird zur Wegwerfware und verliert ihre soziale, kulturelle und ökologische Bedeutung.

Dabei zahlen nicht nur die Arbeiter:innen in der Produktion den Preis, sondern langfristig auch Umwelt und Konsument:innen selbst. Das Ergebnis dieser Modulbox ist, dass Schüler:innen ein Bewusstsein für diese Zusammenhänge entwickeln und motiviert werden, verantwortungsvoller mit Kleidung umzugehen.

„Fast fashion isn't cheap – someone is paying the price.“ („Fast Fashion ist nicht billig – irgendjemand zahlt den Preis dafür.“)

Vertiefende Materialien und Quellen für

Lehrkräfte:

- ZDF 37 Grad: Dokumentation „Fast Fashion“: [zdf.de/dokumentation/37-grad/37-fast-fashion-100.html](https://www.zdf.de/dokumentation/37-grad/37-fast-fashion-100.html)
- Statista: Statistiken zur Fast Fashion Branche: de.statista.com/themen/4917/fast-fashion-filialisten/#topicOverview
- Fast Fashion für alle: ardmediathek.de/video/extra-3/extra-3-familie-fast-fashion-fuer-alle/das-erste/Y3JpZDovL25kci5kZS80MzlkYzJhNy02O-TYyLTQzYTUtODkxNS0xNzYzNGM5NzM2OTI

M.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen

Die Fast-Fashion-Industrie nutzt gezielte Strategien, um Konsumverhalten zu beeinflussen – insbesondere bei Jugendlichen. Dazu zählen:

- **Hauls:** Mode-Influencer:innen präsentieren ihre Einkäufe in Videos, bewerten Produkte und animieren so zum Nachkaufen.
- **Affiliate-Links & Rabattcodes:** Mit einem Klick können Follower:innen Produkte kaufen – oft mit zeitlich begrenzten Rabatten. Für jeden Verkauf erhalten Influencer:innen eine Provision.
- **Kooperationen:** Unternehmen bezahlen Influencer:innen dafür, ihre Produkte positiv zu präsentieren – oft in Form von Produktplatzierungen oder gemeinsamen Kollektionen.
- **Greenwashing:** Unternehmen werben mit Nachhaltigkeitsversprechen, die nicht immer nachvollziehbar oder glaubwürdig sind.

Influencer:innen vs. Promis – Was ist der Unterschied?

Die Grenze zwischen Prominenten und Influencer:innen ist zunehmend fließend.

Promis – etwa Schauspieler:innen, Musiker:innen oder Moderator:innen – wurden meist durch traditionelle Medien (Film, TV, Radio) bekannt. Influencer:innen hingegen haben ihre Reichweite primär über soziale Medien aufgebaut – durch persönliche Inhalte, Tutorials, Lifestyle-Tipps oder Produktvorstellungen.

Heute sind viele Promis auch auf Instagram, TikTok oder YouTube aktiv und übernehmen dort typische Rollen von Influencer:innen: Sie posten regelmäßig, treten nahbar auf und setzen Trends. Gleichzeitig können bekannte Influencer:innen durch ihre hohe Reichweite selbst zu Promis werden.

Für die Gruppenarbeit ist es nicht entscheidend, ob es sich bei den genannten Personen um klassische Promis oder Influencer:innen handelt. Entscheidend ist ihre Rolle in der Vermarktung von Produkten und Trends – etwa durch Kooperationen mit Marken, wie im Beispiel von Sängerin Rita Ora und ihrer Kollektion für Primark.

Vertiefende Materialien und Quellen für Lehrkräfte:

- Fraunhofer ISI: Social Media, Influencer-Marketing & Konsumverhalten Jugendlicher. Ein Blogbeitrag zur Wirkung von Social Media auf das Konsumverhalten junger Menschen – mit Fokus auf Fair Fashion und kritischem Konsum: isi.fraunhofer.de/de/blog/2022/social-media-influencer-marketing-jugendliche-konsum-verhalten-fair.html
- arte tv: PsychoBugs: Ich brauche es. Jetzt!: arte.tv/de/videos/100741-008-A/psychobugs/
- NZZ: Erklärvideo zu Greenwashing, inkl. konkreter Beispiele und Mechanismen aus Werbung und PR: youtube.com/watch?v=w4BCWZJ_LUM
- Deutsche Welle: Mode aus Plastikmüll – nur Greenwashing? Beitrag über das Problem sogenannter „nachhaltiger Kollektionen“, z. B. aus recyceltem Meeresplastik, und deren tatsächliche Wirkung: dw.com/de/mode-aus-plastikmuell-nur-greenwashing/a-63846102
- Umweltbundesamt: Nachhaltige Produkte gestalten – Kriterien und Umsetzung. Fundierter Leitfaden für nachhaltige Produktentwicklung: umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2019-02-19_texte_11-2019_nachhaltige-produkte.pdf

M.5 Quiz rund um Fast Fashion

Frage 1: Aus weggeworfener Kleidung entsteht so gut wie nie wieder neue Kleidung. Bisher wird der Großteil der recycelten Alttextilien zu Putzlappen, Vliesstoffen und Dämmmaterialien verarbeitet. Einen echten Kleiderkreislauf (Faser-zu-Faser-Recycling) gibt es aktuell nicht. Die Technologie steht noch ganz am Anfang. Für die Zukunft braucht es recyclinggerechte Kleidung, d. h. Monomaterialien, trennbare Bestandteile, keine Schadstoffe.

Quelle: nabu.de/umwelt-und-ressourcen/abfallund-recycling/recycling/24704.html

Frage 2: Im Jahr 2021 wurden weltweit die höchsten Ausgaben für Bekleidung und Schuhe in China erfasst (ca. 427 Mrd. US-Dollar), gefolgt von

den USA (364 Mrd.), dem Vereinigten Königreich (71 Mrd.) und Deutschland (70 Mrd.).

Quelle: fashionunited.com/statistics/global-fashion-industry-statistics

Frage 3: 90 Prozent der CO₂-Emissionen für Bekleidung entstehen beim Färben, Verarbeiten, der Stoff- und Garnvorbereitung sowie der Faserherstellung. Die Textilindustrie verursacht rund zehn Prozent der globalen Emissionen – mehr als internationale Luft- und Schifffahrt zusammen.

Quelle: goclimat.de/glossar/emissionen/textil-industrie/

Frage 4: Über ein Drittel des Mikroplastiks im Meer stammt aus Textilien. Beim Waschen lösen sich Fasern aus Kunststoffen wie Polyester, die besonders langlebig sind. Diese wurden sogar in der Arktis nachgewiesen.

Quelle: verbraucherzentrale-hessen.de/plastiksparen/mikroplastik-aus-kunstfaser-kleidung-53227

Frage 5: Der Mindestlohn für Textilarbeiter:innen in Bangladesch lag 2023 bei 12.500 Taka (106 Euro) – weniger als die Hälfte dessen, was für ein menschenwürdiges Leben nötig wäre. Die Arbeitszeit liegt häufig bei über 48 Stunden pro Woche.

Quellen: saubere-kleidung.de/2023/11/neuer-mindestlohn-in-bangladesch-entspricht-hungerlohn/
inkota.de/BD-Mindestlohn

Frage 6: Deutschland ist weltweit der zweitgrößte Importeur von Bekleidung. Rund 50 Prozent der Textilien kommen aus China, Bangladesch und der Türkei. Nachhaltiger Konsum kann direkte Auswirkungen auf Umwelt und Arbeitsbedingungen in Produktionsländern haben.

Quelle: bmz.de/resource/blob/23386/3c059bab54b61bf149514ff7438a2ffe/materialie295-textilbuendnis-data.pdf

Frage 7: In Deutschland werden durchschnittlich 60 Kleidungsstücke pro Person und Jahr gekauft und nur halb so lange getragen wie noch vor 15 Jahren. Gründe sind Billigpreise, viele Kollektionen und geringe Qualität.

Quelle: nachhaltiger-warenkorb.de/themen/qualitaet-statt-masse/

Frage 8: Für ein einziges Baumwoll-T-Shirt werden etwa 2.700 Liter Wasser benötigt – so viel trinkt ein Mensch in rund zweieinhalb Jahren. Bekannte ökologische Katastrophen wie das Austrocknen des Aralsees zeigen die Folgen der Baumwollbewässerung.

Quellen: verbraucherzentrale.nrw/wissen/umwelt-haushalt/nachhaltigkeit/umwelt-klima-menschen-rechte-auswirkungen-der-textilproduktion-78812
europarl.europa.eu/topics/de/article/20201208-STO93327/umweltauswirkungenvon-textilproduktion-und-abfallen-infografik

Frage 9: Für ein T-Shirt aus Baumwolle (ca. 200 Gramm) werden etwa 185 Gramm Chemikalien eingesetzt – z. B. beim Düngen, Färben, Transportieren oder bei der Herstellung von Kunstfasern. Viele dieser Stoffe landen in Böden, Luft, Wasser oder auf der Haut.
Quelle: saubere-kleidung.de/wp-content/uploads/2019/06/FastFashion_Dossier_CIR_2019_Teil3_Die-Folgen-in-Zahlen.pdf

Frage 10: Von gesammelter Altkleidung werden rund 62 Prozent als Secondhandware weiterverwendet, 28 Prozent exportiert (z. B. nach Afrika), 26 Prozent verarbeitet (z. B. zu Putzlappen, Dämmstoffen) und acht Prozent verbrannt. Durch die schlechte Qualität sinkt die Wiederverwertbarkeit.

Quelle: umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/uba_kleider_mit_haken_bf.pdf

Frage 11: Durchschnittlich besitzt jede:r Erwachsene in Deutschland 87 Kleidungsstücke, davon werden rund 17 Prozent nie oder fast nie getragen. Hochgerechnet bedeutet das

etwa 1,8 Milliarden ungenutzte Kleidungsstücke bundesweit.

Quelle: [greenpeace.de/publikationen/220728-greenpeace-report-nachhaltigkeit-mode.pdf](https://www.greenpeace.de/publikationen/220728-greenpeace-report-nachhaltigkeit-mode.pdf)

Frage 12: Der Baumwollanbau verbraucht weltweit sechs Prozent aller Pestizide und 16 Prozent der Insektizide. Das hat negative Auswirkungen auf Böden, Wasser, Artenvielfalt und die Gesundheit der Menschen in den Anbaugebieten.

Quelle: [umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/uba_kleider_mit_haken_bf.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/uba_kleider_mit_haken_bf.pdf)

M.6 Jeansreise – ein Beispiel für die globale Produktion

Die Produktion einer Jeans veranschaulicht eindrucksvoll die globale Vernetzung der Textilindustrie. Vom Anbau der Baumwolle bis zum Verkauf im Laden legt eine Jeans oft zehntausende Kilometer zurück. In jeder Produktionsphase sind verschiedene Länder, Betriebe und Arbeitskräfte beteiligt – meist unter sehr unterschiedlichen sozialen und ökologischen Bedingungen.

Die Reise beginnt mit dem **Baumwollanbau** in Ländern wie Indien, Usbekistan oder den USA. Dort wird Baumwolle häufig unter hohem Pestizideinsatz angebaut, was Böden, Gewässer und die Gesundheit der Menschen belastet. Für die Herstellung eines einzigen Baumwoll-T-Shirts oder einer Jeans werden etwa 2.700 Liter Wasser benötigt. Dies ist besonders problematisch, da Baumwolle oft in wasserarmen Regionen wächst, was zu Wasserknappheit und Umweltkatastrophen wie der Austrocknung des Aralsees geführt hat.

Nach der Ernte der Baumwolle folgen die **Fasererzeugung** und das **Spinnen der Fasern** zu Garnen. Parallel dazu werden **synthetische Chemiefasern** wie Elasthan produziert, die später für die Herstellung elastischer Stoffe eingesetzt werden. Die weiteren Schritte **Weben und Färben** finden meist in Ländern, wie Pakistan, Tunesien, China oder Bangladesch statt. Dort sind die Arbeitsbedingungen häufig hart: lange Arbeitszeiten,

niedrige Löhne und unzureichender Arbeitsschutz sind weit verbreitet. Besonders bei der Färbung und Veredelung kommen chemische Substanzen zum Einsatz, die Böden und Gewässer verschmutzen. Die Textilproduktion verursacht etwa zehn Prozent der weltweiten CO₂-Emissionen – mehr als die internationale Luft- und Seeschifffahrt zusammen.

Im Anschluss werden **Schnittmuster erstellt**, der Stoff **zugeschnitten, vernäht** und **Knöpfe sowie Nieten** angebracht. Auch das Einnähen der **Waschanleitung** gehört zur Endfertigung. Diese Arbeitsschritte finden oft in Ländern wie Tunesien, Vietnam oder Bangladesch statt, bevor die Jeans verpackt und verschifft wird. Über Zwischenlager gelangt die Jeans schließlich in die Verkaufsregale, etwa in Deutschland.

Diese komplexe Lieferkette zeigt, wie eng Produktion, Umweltbelastungen und soziale Ungleichheiten weltweit miteinander verflochten sind. Gleichzeitig machen lange Transportwege und ressourcenintensive Prozesse deutlich, dass selbst ein alltägliches Kleidungsstück wie eine Jeans erhebliche ökologische und soziale Auswirkungen hat.

M.7 Rollenspiel: Leute machen Kleider

Ein Großteil der weltweiten Kleidung wird in Nähereien von Arbeiter:innen in Ländern wie Bangladesch, Pakistan oder Vietnam hergestellt. Die Arbeitsbedingungen in diesen Textilfabriken sind häufig prekär: Die Löhne reichen oft nicht für ein menschenwürdiges Leben. In Bangladesch verdienen laut dem Bangladesh Institute of Labour Studies etwa 85 Prozent der Näher:innen weniger als den gesetzlichen Mindestlohn. Gleichzeitig arbeiten viele von ihnen bis zu 14 Stunden täglich – meist ohne Pausen und an sechs bis sieben Tagen pro Woche.

Die Arbeit ist geprägt von hohem Zeitdruck, schlechter Luft und fehlender sozialer Absicherung. Oft gibt es keine festen Arbeitsverträge, keine Krankentage, und Schwangerschaft kann zur Kündigung führen. Besonders drastisch

wurde die prekäre Situation durch den Einsturz der Textilfabrik „Rana Plaza“ im Jahr 2013 sichtbar, bei dem über 1.100 Menschen starben. Seitdem versprechen viele Modemarken Verbesserungen, doch laut unabhängigen Organisationen bleiben Arbeitsrechte vielerorts weiterhin schwach und Arbeitsschutz unzureichend.

Auch Gewerkschaften sind in vielen Produktionsländern kaum erlaubt oder werden aktiv unterdrückt. Dadurch haben Arbeiter:innen kaum Möglichkeiten, sich gegen Überstunden, fehlenden Arbeitsschutz oder Ausbeutung zu wehren. Das alles steht im starken Gegensatz zu dem günstigen Preis, zu dem Kleidung hierzulande verkauft wird – den wahren Preis zahlen die Näher:innen.

M.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum



Die Grundlage der Konsumpyramide basiert auf der Erkenntnis, dass Produkte während ihrer Herstellung zwischen 80 und 90 Prozent des gesamten Ressourcenverbrauchs verursachen. Die Nutzungsphase – also der Zeitraum, in dem ein Produkt verwendet wird – verursacht im Vergleich dazu nur zehn bis 20 Prozent des Ressourcenverbrauchs, beispielsweise durch Wasser- oder Stromverbrauch.

Das bedeutet: Die größte Ressourceneinsparung gelingt dann, wenn möglichst wenig neu produziert wird. Am nachhaltigsten ist es, komplett auf

Neukäufe zu verzichten und stattdessen das zu nutzen, was bereits vorhanden ist – durch Weiternutzen, Reparieren oder Upcycling. Ein Beispiel dafür ist die Erweiterung der Festplatte eines Computers, um das Gerät länger nutzen zu können. Da Reparieren meist mehr Material, Zeit und Geld erfordert als das reine Weiternutzen, steht es in der Pyramide auf der zweiten Stufe.

Leihen und Tauschen intensivieren die Nutzung bereits vorhandener Produkte und vermeiden so die ressourcenintensive Neuproduktion. Allerdings sind mit dem Leihen oft Transportwege verbunden, die je nach Entfernung und Häufigkeit die Umweltbilanz verschlechtern können. Daher lohnt sich das Leihen vor allem bei selten genutzten Gegenständen und wenn die leihgebende Person in der Nähe wohnt.

Erst danach kommt der Kauf von Gebrauchtwaren als sinnvolle Alternative. Zwar wurde das Produkt ursprünglich neu produziert, doch durch den Weiterverkauf entsteht kein zusätzlicher Produktionsaufwand. Nur wenn ein Produkt gebraucht nicht erhältlich ist, sollte ein Neukauf erfolgen. Diese Pyramide orientiert sich an der europäischen Abfallhierarchie, die als oberstes Ziel die Vermeidung von Abfall nennt, gefolgt von Wiederherstellung und Wiederverwendung. . Andere Varianten der Konsumpyramide beinhalten zusätzlich den Punkt „Selber machen“, den wir hier nicht aufgenommen haben, da Selbermachen nicht automatisch Ressourcen spart und nicht immer unproblematisch ist (z. B. bei selbst hergestellten Putzmitteln).

Vertiefende Materialien und Quellen für Lehrkräfte:

- Für weitere Informationen zu fairen Siegeln bei Kleidung und deren Bedeutung wird die Webseite der Verbraucherzentrale NRW empfohlen: [verbraucherzentrale.nrw/fairekleidung](https://www.verbraucherzentrale.nrw/fairekleidung)
- Eine ausführliche Darstellung zur nachhaltigen Konsumpyramide findet sich unter: [verbraucherzentrale.nrw/nachhaltig-konsumieren](https://www.verbraucherzentrale.nrw/nachhaltig-konsumieren)

M.9 Kleidung im Nachhaltigkeitscheck **Nachhaltigkeit bei Kleidung bedeutet mehr als nur „ökologisch“:**

Sie umfasst ökologische, soziale und ökonomische Aspekte entlang der gesamten Wertschöpfungskette – vom Anbau der Rohstoffe über die Produktion und Nutzung bis hin zur Entsorgung. Nachhaltige Kleidung zeichnet sich durch geringere Umweltbelastungen, faire Arbeitsbedingungen und längere Nutzungsdauer aus.

Reparieren und Upcyceln – den Lebenszyklus verlängern:

Das „Visible Mending“ (sichtbares Flickern) stärkt nicht nur die Individualität eines Kleidungsstücks, sondern verhindert auch, dass es zu früh weggeworfen wird. Upcycling verwandelt vermeintliche „Abfall“-Stoffe wie alte Bettwäsche in neue, trendige Kleidungsstücke – ein kreativer Beitrag zur Ressourcenschonung.

Secondhand und Leihen – nachhaltige Nutzung ohne Neukauf:

Der Kauf von gebrauchter Kleidung schont Ressourcen, da keine neue Produktion erforderlich ist. Kleidertauschpartys, GiveBoxen oder das Ausleihen von Kleidung (z. B. festliche Outfits) erhöhen die Nutzungsintensität und reduzieren den Bedarf an Neuware. Dadurch sinken der Rohstoffverbrauch und die Umweltbelastung.

Siegel und Label für nachhaltige Kleidung:

Beim Kauf neuer Kleidung sind Nachhaltigkeitsiegel eine erste gute Möglichkeit, um ein Zeichen für mehr Nachhaltigkeit und Menschenrechte zu setzen. Die Siegel stehen für verschiedene ökologische und soziale Qualitätsstandards. Zu den bekanntesten zählen zum Beispiel GOTS (Global Organic Textile Standard), der Grüne Kopf oder Fairtrade.

Langlebigkeit und Pflege – Schuhe und Sneaker lange tragen:

Durch bewusste Pflege und rechtzeitige Reparaturen lässt sich die Lebensdauer von Schuhen und Sneakern deutlich verlängern. Lieblingsstücke, die viele Jahre getragen werden, reduzieren den Bedarf an Neuanschaffungen und

tragen so entscheidend zur Verringerung des ökologischen Fußabdrucks bei. Statt schnell zu ersetzen, ist es sinnvoll, Schäden frühzeitig zu beheben, zum Beispiel durch neue Sohlen, Schnürsenkel oder durch gründliche Reinigung und Pflege des Materials.

Bewusstes Konsumverhalten als Schlüssel:

Nachhaltigkeit im Alltag erfordert reflektierte Entscheidungen: Brauche ich das Stück wirklich? Passt es zu meinem Stil? Wie kann ich es möglichst lange nutzen? Das Nachdenken über Alternativen zum Neukauf und die Umsetzung kleiner Schritte können zu einem großen Unterschied führen. Das ist das Ziel und Ergebnis der Modulbox: Schüler:innen werden befähigt, solche bewussten Entscheidungen zu treffen und nachhaltiges Verhalten im Alltag zu verankern.



Verbraucherzentrale

Stark für mich.

Impressum

Herausgegeben von:

Verbraucherzentrale Nordrhein Westfalen e. V.
Helmholtzstraße 19
40215 Düsseldorf

info@verbraucherzentrale.de
[verbraucherzentrale.de](https://www.verbraucherzentrale.de)

Didaktische Bearbeitung und grafische Umsetzung als Modulbox:

KF Education UG

Bildnachweise:

Titel – Bild von [Andreas Lischka](#) auf [Pixabay](#)
S. 6 – Bild von [Kaboompics.com](#) auf [pexels.com](#)

Stand:

August 2025

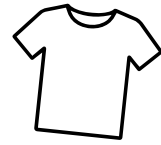
Gefördert durch:



Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

AM.1 Story meines Shirts



Ein einfaches Shirt – klar. Aber wenn du genauer hinschaust, steckt dahinter oft eine globale Reise mit vielen Stationen: vom Rohstoff über die Herstellung und den Transport bis zum Verkauf. In dieser Aufgabe geht es darum, diesen Weg nachzuvollziehen und die Geschichte deines eigenen Shirts aufzuschreiben.

Aufgabe: Nutze die folgenden Leitfragen zur Orientierung und die Informationen auf dem Etikett in deinem Shirt. Du kannst stichpunktartig antworten oder daraus eine kurze Geschichte formulieren.

Material: Aus welchem Material besteht dein Shirt?

Produktion: In welchem Land wurde dein Shirt hergestellt?

Transport und Verkauf: Welche Stationen könnte dein Shirt durchlaufen haben? (z. B. Transport per Schiff oder LKW, Lagerung, Ladenverkauf oder Onlinehandel) Wo hast du es gekauft – und zu welchem Preis?




Hinweis

Bewahre dieses Arbeitsblatt gut auf –
du brauchst es später noch einmal! Am
Ende schauen wir gemeinsam in die
mögliche Zukunft deines Shirts.

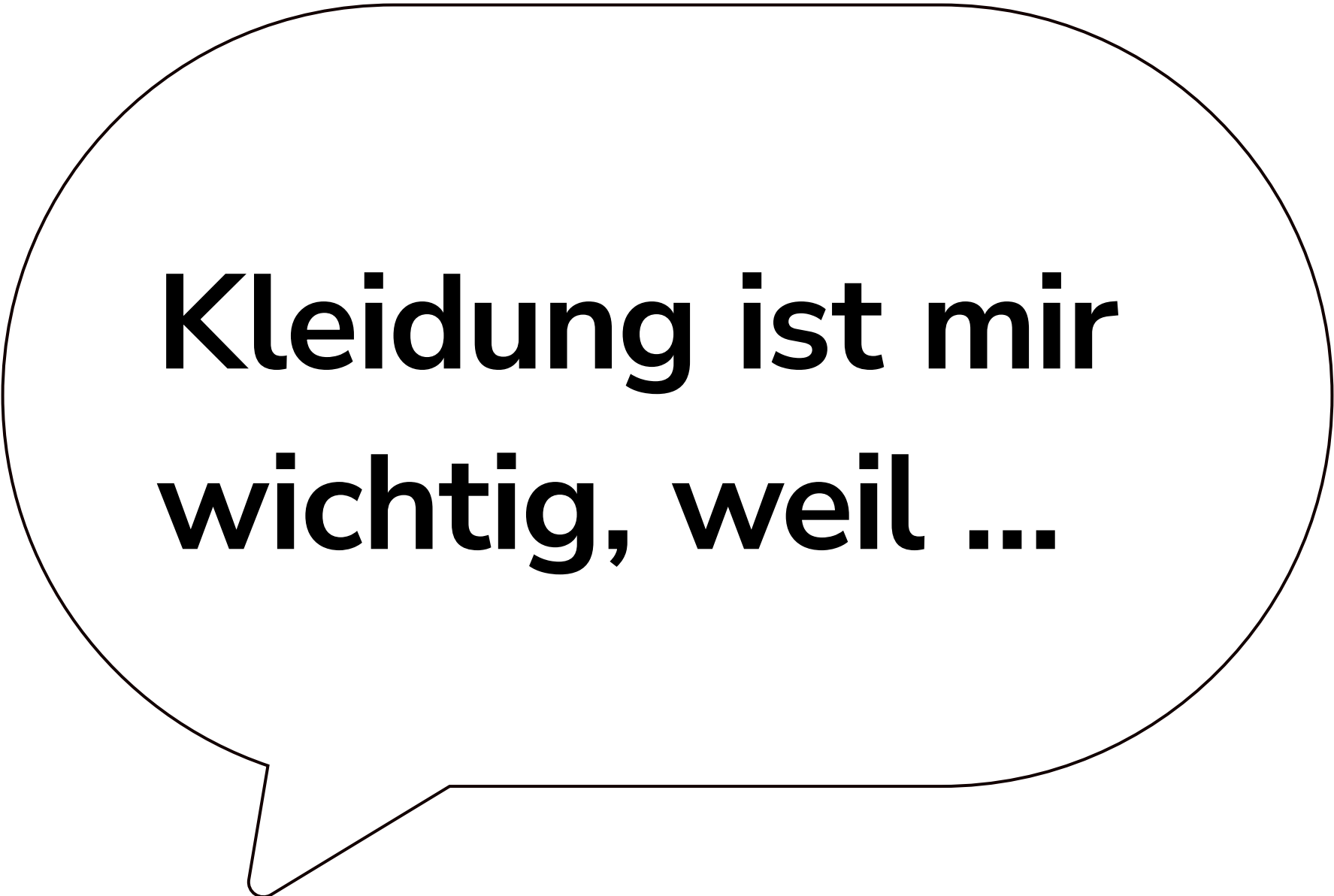


Hinweis

Bewahre dieses Arbeitsblatt gut auf – du brauchst es später noch einmal! Am Ende schauen wir gemeinsam in die mögliche Zukunft deines Shirts.

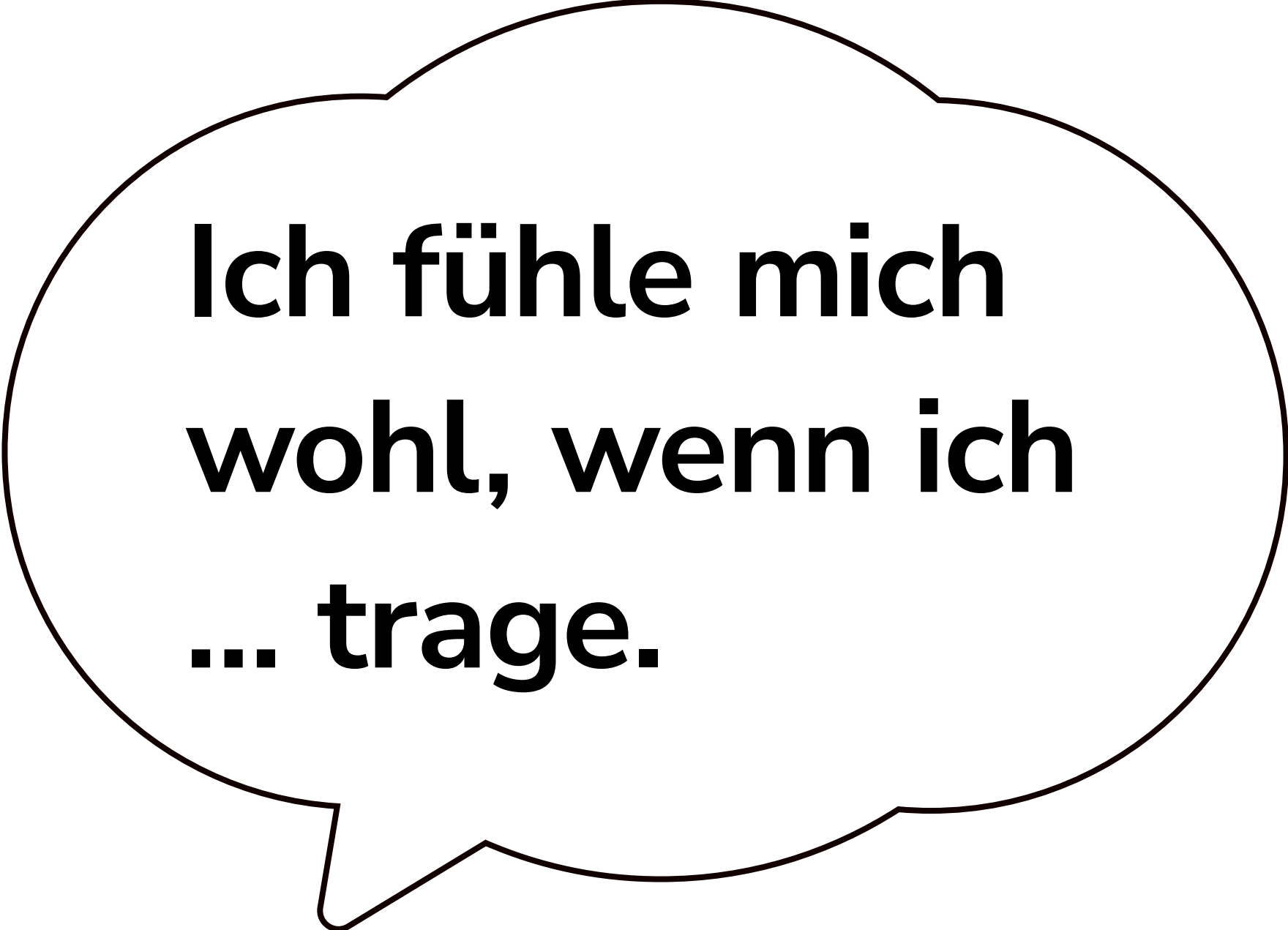


**Kleidung
bedeutet
für mich ...**



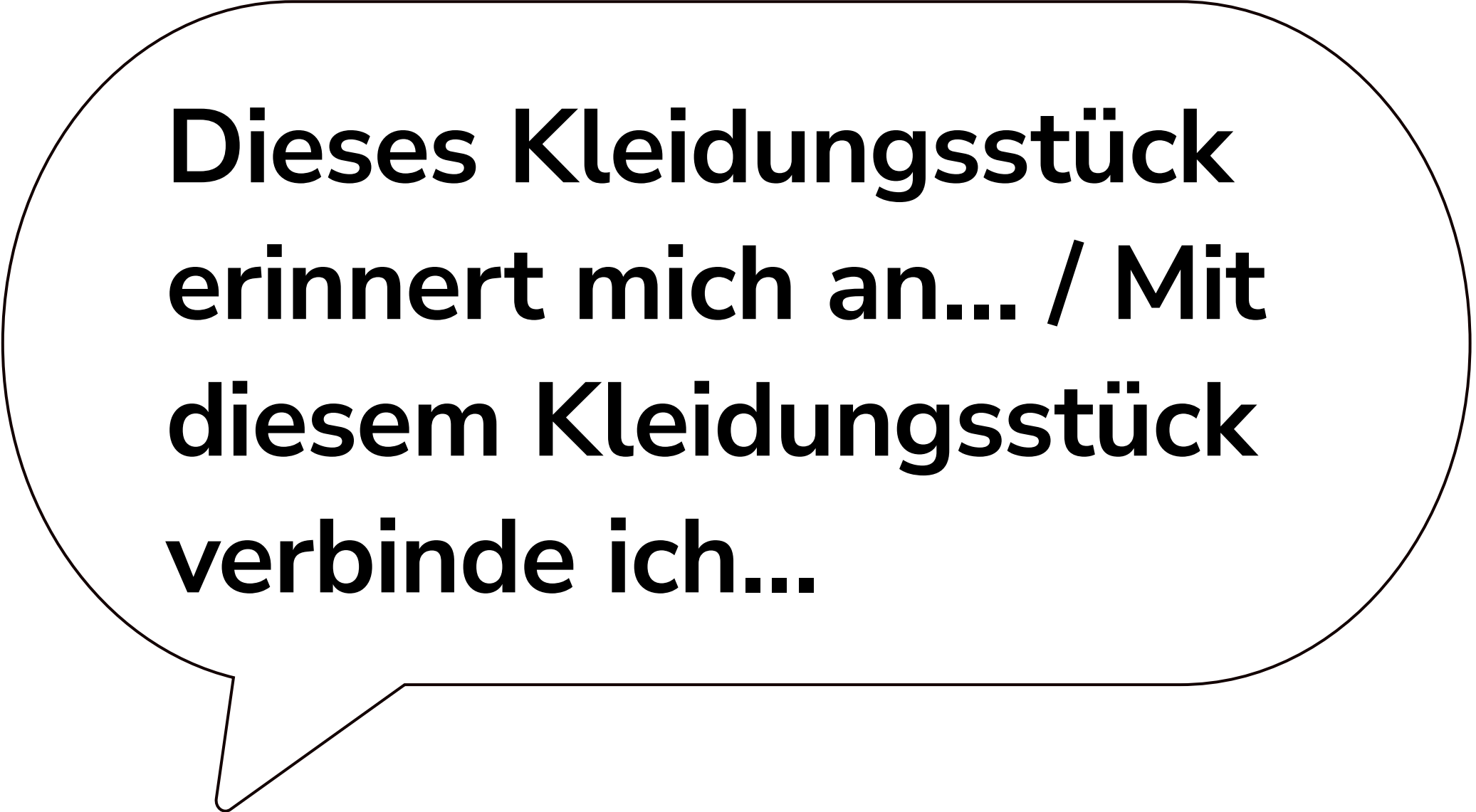
**Kleidung ist mir
wichtig, weil ...**

**Mein Lieblings-
kleidungsstück ist ...**



**Ich fühle mich
wohl, wenn ich
... trage.**

**Wenn ich
shoppen gehe,
wünsche ich mir ...**



**Dieses Kleidungsstück
erinnert mich an... / Mit
diesem Kleidungsstück
verbinde ich...**

AM.3 Fast Fashion durchschauen

Aufgabe 1: Was weißt du schon?

Bevor wir den Film schauen, notiere spontan, was dir zum Begriff „**Fast Fashion**“ einfällt:



Aufgabe 2: Film anschauen – Merkmale benennen

Schau dir den Film „Fast Fashion – Erklärbar“ (ca. 3 Minuten) an und notiere **drei bis vier Stichworte**, die deiner Meinung nach **typisch für Fast Fashion** sind:



Aufgabe 3: Was ist das Problem?

Überlege nach dem Film: Was ist problematisch an Fast Fashion? Notiere **mindestens zwei Probleme**, die dich persönlich besonders zum Nachdenken gebracht haben:



AM.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen

Thema 1: Fashion-Hauls als Marketingstrategie

Aufgaben: Ihr arbeitet in Gruppen zu je einem Thema. Jede:r bearbeitet die Aufgaben 1 bis 3 zunächst allein und macht sich Notizen. Danach tauscht ihr euch in der Gruppe aus und bearbeitet gemeinsam die Aufgaben 4 bis 6. Eure Ergebnisse werden später im Plenum vorgestellt.

Einzelarbeit (Aufgaben 1–3):

1. Beschreibe, was Influencer:innen trotz unterschiedlicher Themen gemeinsam haben. Was zeichnet sie aus?



2. Erkläre, warum Haul-Videos bei vielen Menschen so beliebt sind.



3. Nenne Kritikpunkte an Haul-Videos.



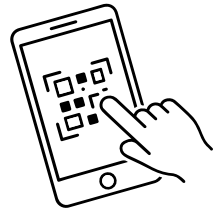


Hinweis

Ein „Haul“ ist ein Video, in dem Influencer:innen ihre aktuellen Einkäufe zeigen und bewerten. Oft geht es um Mode, aber auch um Beauty oder Lifestyle-Produkte.

Gruppenarbeit (Aufgaben 4–6):

4. Schaut euch gemeinsam mindestens ein Fashion-Haul-Video an.
Notiert, was euch zum Nachkaufen motivieren könnte.



5. Beschreibt die Haltung gegenüber Kleidung und Konsum, die in diesen Videos vermittelt wird.



6. Welchen Einfluss haben Hauls auf euch persönlich? Beschreibt eure Haltung dazu.



Thema 2: Fast Fashion & Social Media

Aufgaben: Ihr arbeitet in Gruppen zu je einem Thema. Jede:r bearbeitet die Aufgaben 1 bis 3 zunächst allein und macht sich Notizen. Danach tauscht ihr euch in der Gruppe aus und bearbeitet gemeinsam die Aufgaben 4 bis 6. Eure Ergebnisse werden später im Plenum vorgestellt.

Einzelarbeit (Aufgaben 1–3):

1. Beschreibe, auf welche Weisen Influencer:innen Geld verdienen. Was bringt besonders viel ein?



2. Welche Kooperationen zwischen Influencer:innen/Promis und Marken kennst du? Nenne Beispiele.

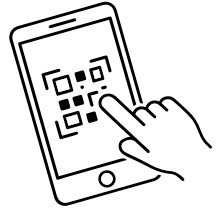


3. Wurdest du schon einmal durch Influencer:innen auf ein Produkt aufmerksam gemacht? Welches?



Gruppenarbeit (Aufgaben 4–6):

4. Schaut gemeinsam den Ausschnitt aus dem Shein-Video (Min. 4:50 – 9:10) an.
Welche Verkaufsstrategien erkennt ihr?



5. Benennt Nachteile oder Kritikpunkte, die bei der Zusammenarbeit von Fast Fashion-Konzernen und Influencer:innen entstehen.



6. Habt ihr schon einmal ein beworbenes Produkt gekauft? Warum (nicht)? Diskutiert eure Erfahrungen.



Thema 3: Nachhaltigkeit & Fast Fashion

Aufgaben: Ihr arbeitet in Gruppen zu je einem Thema. Jede:r bearbeitet die Aufgaben 1 bis 3 zunächst allein und macht sich Notizen. Danach tauscht ihr euch in der Gruppe aus und bearbeitet gemeinsam die Aufgaben 4 bis 6. Eure Ergebnisse werden später im Plenum vorgestellt.

Einzelarbeit (Aufgaben 1–3):

1. Was machen Fast Fashion-Marken wie H&M, Zara, Primark um nachhaltig zu wirken? Nenne Beispiele.



2. Kennst du Influencer:innen, die nachhaltige Mode bewerben? Beschreibe, was sie in den Vordergrund stellen.

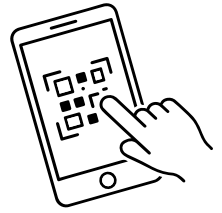


3. Erläutere, welche Rolle Nachhaltigkeit bei Mode für dich persönlich spielt.



Gruppenarbeit (Aufgaben 4–6):

4. Besucht gemeinsam die Nachhaltigkeitsseiten von H&M, Zara, Primark oder Shein. Welche Maßnahmen werden genannt?



5. Benennt Begriffe und Bilder, die euch dort immer wieder begegnen. Beschreibt ihre Wirkung.



6. Warum versuchen Konzerne ein nachhaltiges Image zu vermitteln? Diskutiert eure Einschätzung.





Verbraucherzentrale

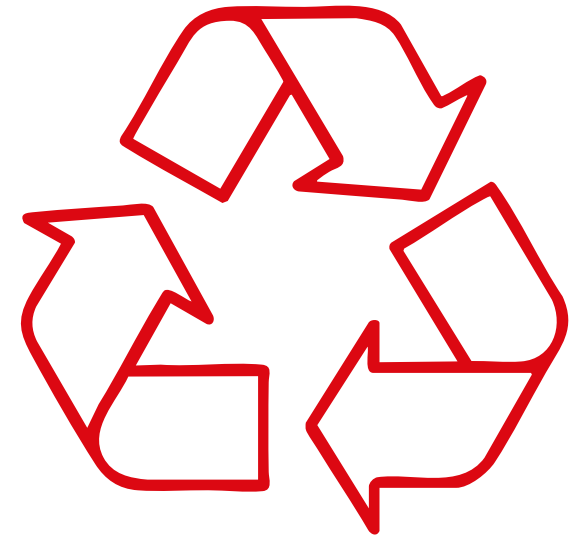
AM.5 | Quiz rund um Fast Fashion





1. Wie viel Prozent unserer Kleidung wird wieder zu neuen Kleidern recycelt?

- a. Weniger als 1 %
- b. 10 %
- c. 30 %



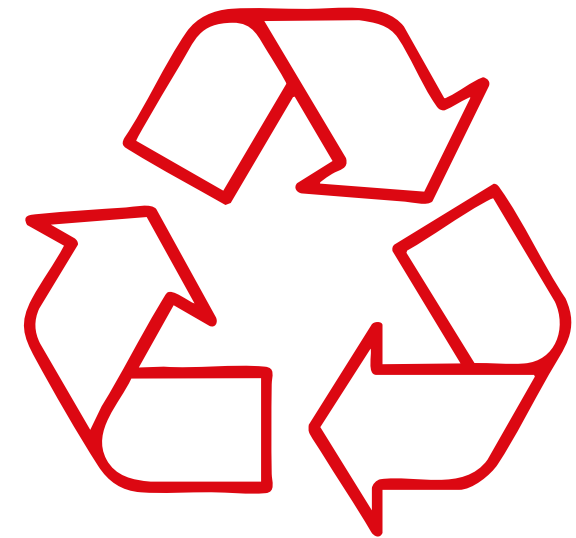


1. Wie viel Prozent unserer Kleidung wird wieder zu neuen Kleidern recycelt?

a. Weniger als 1 %

b. 10 %

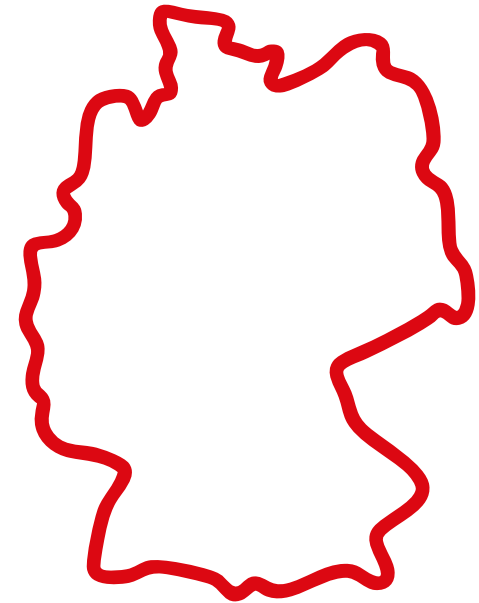
c. 30 %





2. Auf welchem Platz liegt Deutschland beim weltweiten Kleiderkonsum?

- a. 6
- b. 4
- c. 1



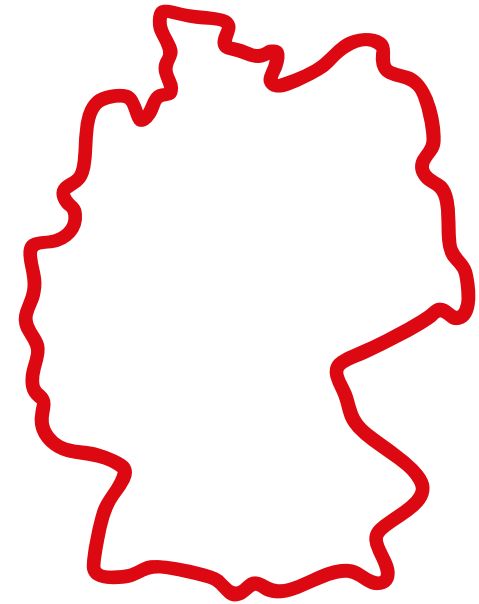


2. Auf welchem Platz liegt Deutschland beim weltweiten Kleiderkonsum?

a. 6

b. 4

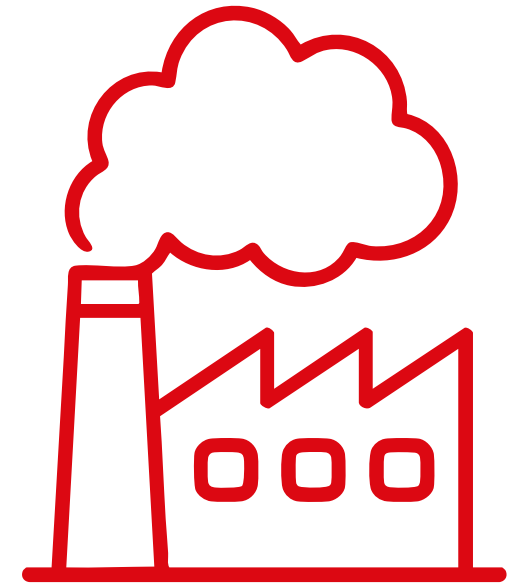
c. 1





3. Wie viel Prozent des weltweiten Treibhausgasaustoßes entstehen bei der Herstellung von Kleidung und Schuhen?

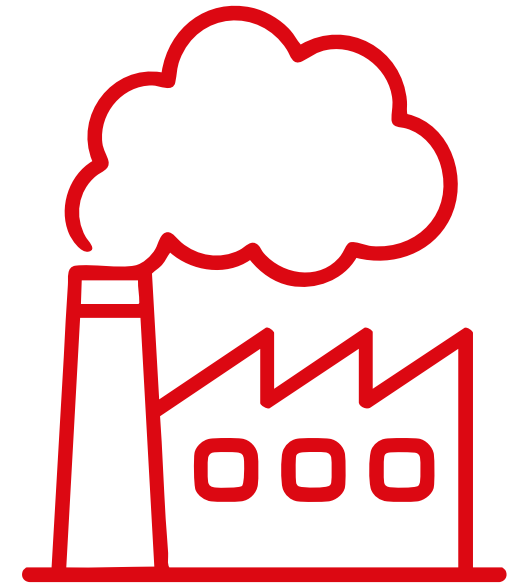
- a. 5%
- b. 30%
- c. 10%





3. Wie viel Prozent des weltweiten Treibhausgasaustoßes entstehen bei der Herstellung von Kleidung und Schuhen?

- a. 5%
- b. 30%
- c. **10%**





4. Wie viel Prozent des weltweiten Mikroplastiks in der Umwelt werden durch Textilien verursacht, z. B. beim Waschen?

- a. 10%
- b. 35%
- c. 50%





4. Wie viel Prozent des weltweiten Mikroplastiks in der Umwelt werden durch Textilien verursacht, z. B. beim Waschen?

a. 10%

b. 35%

c. 50%





5. Wie viel Euro verdient eine Näherin in Bangladesch umgerechnet in der Stunde?

- a. 12 Euro
- b. 0,55 Euro
- c. 4 Euro





5. Wie viel Euro verdient eine Näherin in Bangladesch umgerechnet in der Stunde?

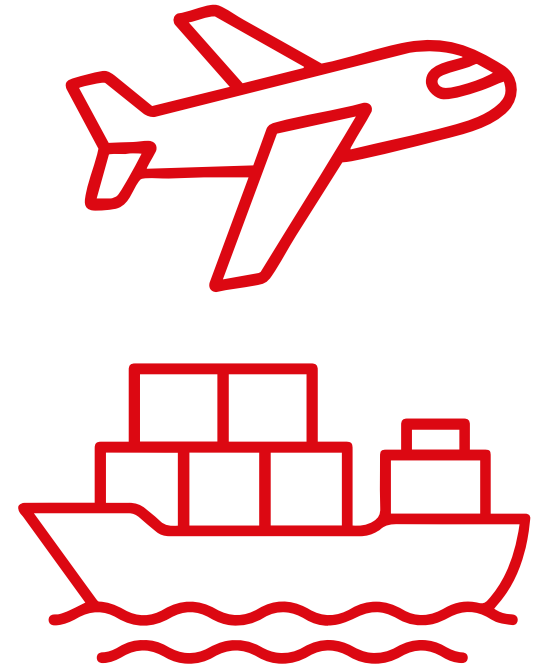
- a. 12 Euro
- b. 0,55 Euro**
- c. 4 Euro





**6. Wir importieren sehr viel Kleidung.
Wie viel Prozent unserer Kleidung
kommt aus China und Bangladesch?**

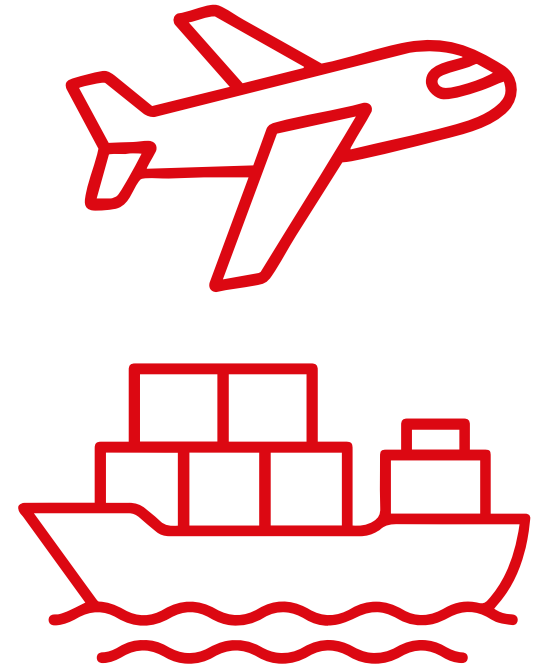
- a. 61%
- b. 21%
- c. 41%





**6. Wir importieren sehr viel Kleidung.
Wie viel Prozent unserer Kleidung
kommt aus China und Bangladesch?**

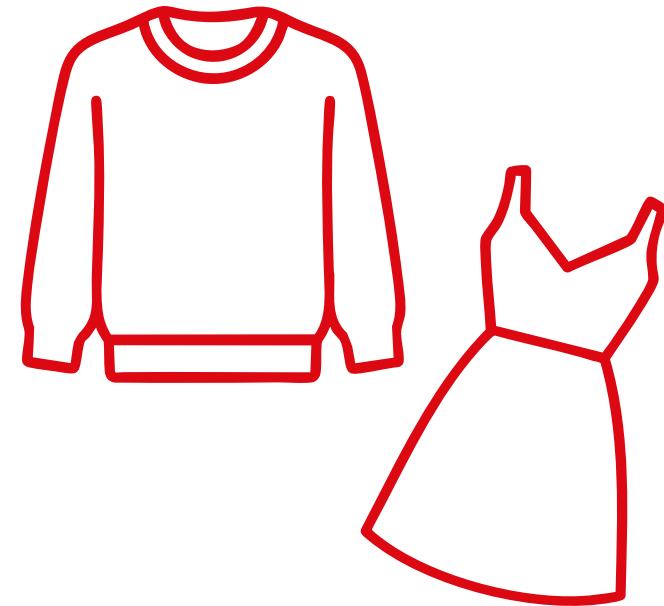
- a. 61%
- b. 21%
- c. 41%**





7. Wie viele Kleidungsstücke kauft jede/jeder von uns im Durchschnitt in Deutschland im Jahr?

- a. 30
- b. 60
- c. 90



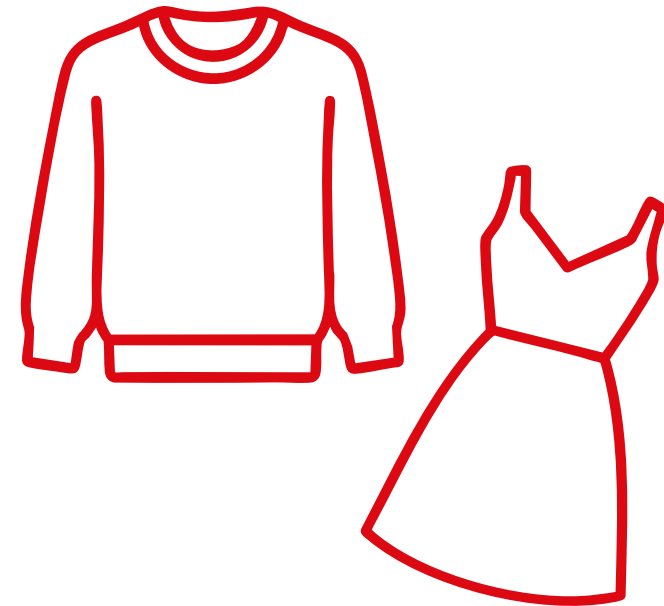


7. Wie viele Kleidungsstücke kauft jede/jeder von uns im Durchschnitt in Deutschland im Jahr?

a. 30

b. 60

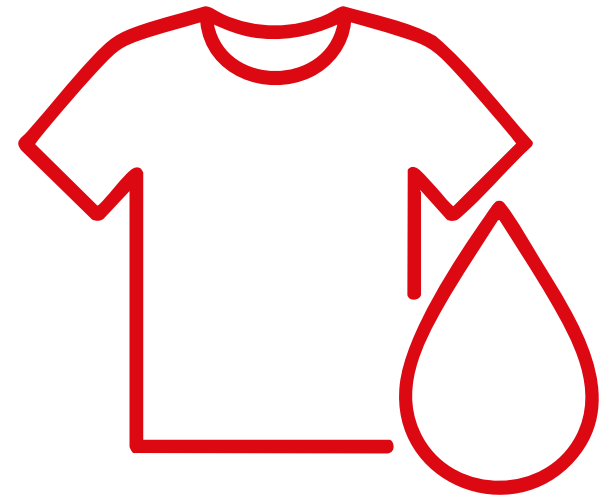
c. 90





8. Wie viele Liter Wasser werden für die Herstellung nur eines Baumwoll-T-Shirts verbraucht?

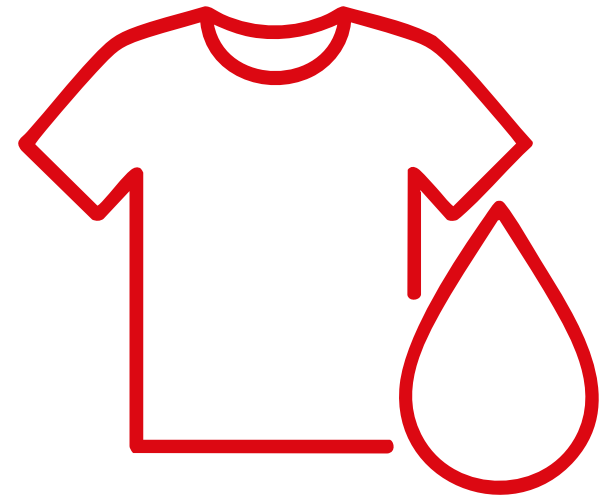
- a. 150 Liter = 1 Badewanne
- b. 1700 Liter = 11 Badewannen
- c. 2700 Liter = 18 Badewannen





8. Wie viele Liter Wasser werden für die Herstellung nur eines Baumwoll-T-Shirts verbraucht?

- a. 150 Liter = 1 Badewanne
- b. 1700 Liter = 11 Badewannen
- c. 2700 Liter = 18 Badewannen**





9. Wie viel Gramm Chemikalien werden für die Herstellung von 1kg Baumwollfasern gebraucht?

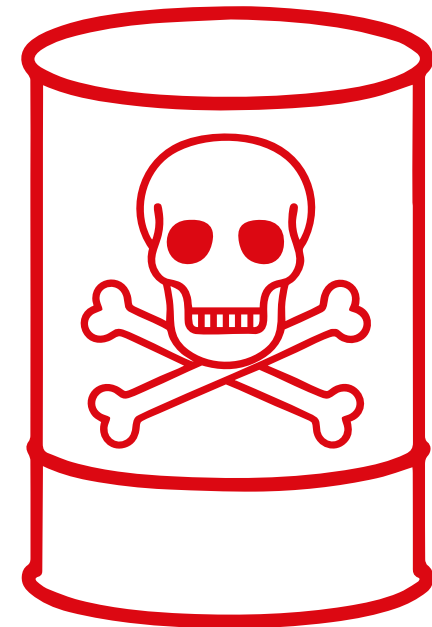
- a. 50 Gramm
- b. 100 Gramm
- c. 900 Gramm





9. Wie viel Gramm Chemikalien werden für die Herstellung von 1kg Baumwollfasern gebraucht?

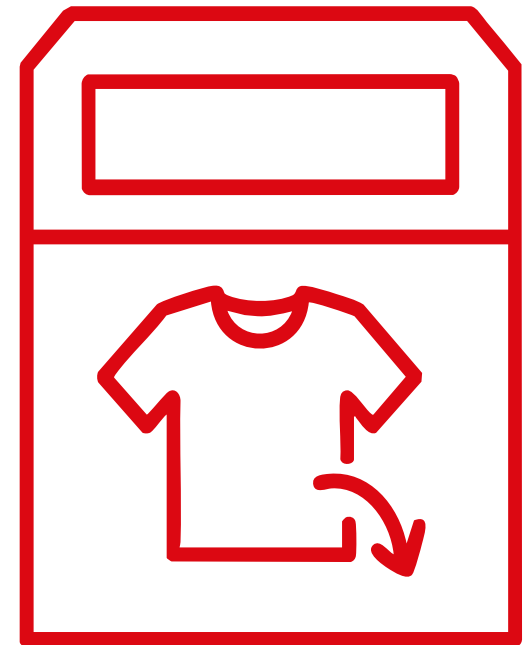
- a. 50 Gramm
- b. 100 Gramm
- c. 900 Gramm**





10. Wie viele Tonnen Altkleider werden über Altkleidersammlungen in Deutschland im Jahr gesammelt?

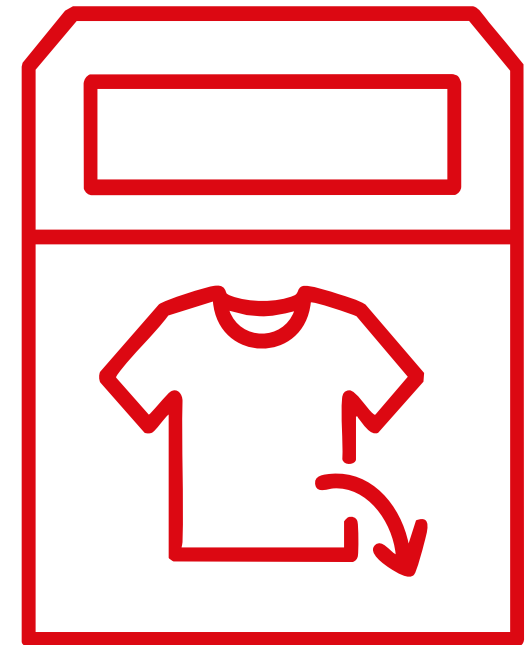
- a. 1 Million
- b. 2 Millionen
- c. 10 Millionen





10. Wie viele Tonnen Altkleider werden über Altkleidersammlungen in Deutschland im Jahr gesammelt?

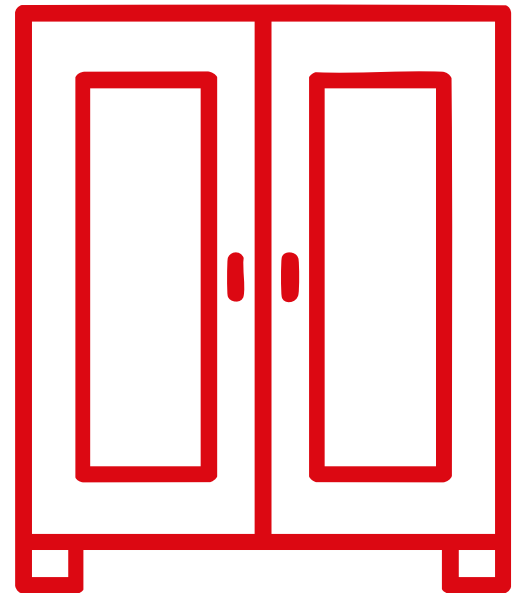
- a. 1 Million**
- b. 2 Millionen
- c. 10 Millionen





11. Wie viele fast nie getragene Kleidungsstücke hat jede/jeder von uns im Schrank?

- a. 15
- b. 2
- c. 10



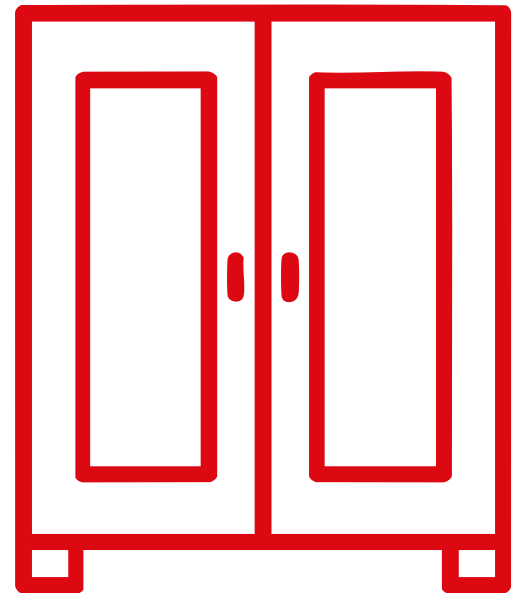


11. Wie viele fast nie getragene Kleidungsstücke hat jede/jeder von uns im Schrank?

a. 15

b. 2

c. 10





12. Wie viel der weltweit eingesetzten Insektenvernichtungsmittel entfallen auf den Baumwollanbau?

- a. 16 %
- b. 5 %
- c. 40 %





12. Wie viel der weltweit eingesetzten Insektenvernichtungsmittel entfallen auf den Baumwollanbau?

a. 16 %

b. 5 %

c. 40 %





Verbraucherzentrale



Baumwollernte

Die fertig gewachsene Baumwolle wird teilweise noch per Hand gepflückt. Das ist zwar aufwendiger als mit einer Maschine, dafür liefert das aber die sauberste Baumwolle in bester Qualität. Die Handernte dauert in etwa 90 bis 100 Tage.

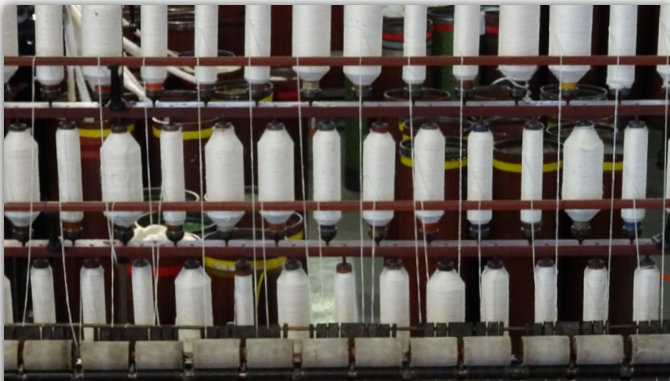
Foto: Cotton harvesting south Ethiopia / Big.H / Wikimedia Commons / CC BY-SA 4.0



Baumwollanbau

Jeans werden aus Baumwolle gemacht. Der Startpunkt unserer Reise sind deshalb die Baumwollfelder. Die Pflanzen wachsen in tropischen und subtropischen Gebieten unserer Erde, sie brauchen viel Sonne und Temperaturen von 18 bis 28 Grad. Damit die Baumwollpflanze gut wächst braucht sie viel Wasser. Die Baumwolle für unsere Jeans wird in **Indien** angebaut und geerntet.

Foto: Cotton Harvest / Kimberly Vardeman / Flickr / CC BY 2.0



Spinnen

Die geerntete Baumwolle wird nun weiter zu Garn verarbeitet. Das passiert in Spinnereien in denen die Baumwolle mit den Elastanfasern zu Fäden gesponnen wird. Diese Arbeit erledigen sehr moderne und teure Maschinen. Die stehen in der **Türkei**.

Foto: cotton town Manchester / jmenj / Flickr / CC BY 2.0



Synthetische Chemiefasern

Damit der Stoff am Ende dehnbar und pflegeleicht ist, muss zu der Baumwolle noch ein bisschen Elasthan hinzugemischt werden. Das ist eine synthetische Kunstfaser und hilft, dabei, dass die Jeans am Ende schnell trocknet, reißfest ist und ihre Form behält.

Foto: Innegra S Bobbins / Innegratesh / Wikimedia Commons / CC BY-SA 4.0



Färben

Unsere Jeans hat eine dunkelblaue Farbe. Damit der fertige Stoff diese Farbe erhält wird er im nächsten Schritt gefärbt. Die Farbe wird in Polen hergestellt. Der Arbeitsschritt des Einfärbens passiert in Nordafrika, genauer gesagt in **Tunesien**.

Foto: Ahmedabad tissue dyeing factory / grumbler / Flickr / CC BY-NC-SA 2.0



Weben

Das gesponnene Garn reist weiter zu einer Weberei in **China**. Dort wird es zu Stoff weiterverarbeitet.

Foto: Xintang, the Blue Jeans City / Jameschen2009 / Flickr / PDM 1.0



Vernähen

Jetzt wird unsere Jeans endlich zusammengeätzt. Diese Arbeit, die von jungen Frauen gemacht wird und aufwendig ist, dauert recht lange. Deshalb passiert dieser Herstellungsschritt in Ländern in denen der Arbeitslohn für die Näherinnen sehr niedrig ist. In unserem Fall ist das in **Bangladesch**.

Foto: Mission observation FIDH / lamtheboo / Wikimedia Commons / CC BY-SA 3.0



Veredeln

Damit die Jeans nicht knittert und schön weich wird sind weitere Verarbeitungsschritte notwendig. Diese Schritte nennt man Ausrüstungsverfahren. Diese Verfahren finden in **Bulgarien** statt.

Foto: Curing / Fahad Faisal / Wikimedia Commons / CC BY-SA 4.0



Schnittmuster

Es gibt viele unterschiedliche Jeansmodelle. Jedes Modell hat sein eigenes Schnittmuster. Das Schnittmuster für unsere Jeans kommt aus den **USA**.

Foto: DEM JEANS Sew-A-Long: Part 2 / kelly / Flickr / CC BY-SA 2.0



Waschanleitung

Die Waschanleitung, die in unsere Jeans eingenäht wird, kommt aus **Frankreich**.

Foto: Waschanleitung / Verbraucherzentrale NRW / CC BY-SA 4.0



Knöpfe und Nieten

Die Knöpfe und Nieten werden in **Italien** produziert.

Foto: RawDenim-3 / ajay_suresh / Flickr / CC BY-SA 2.0

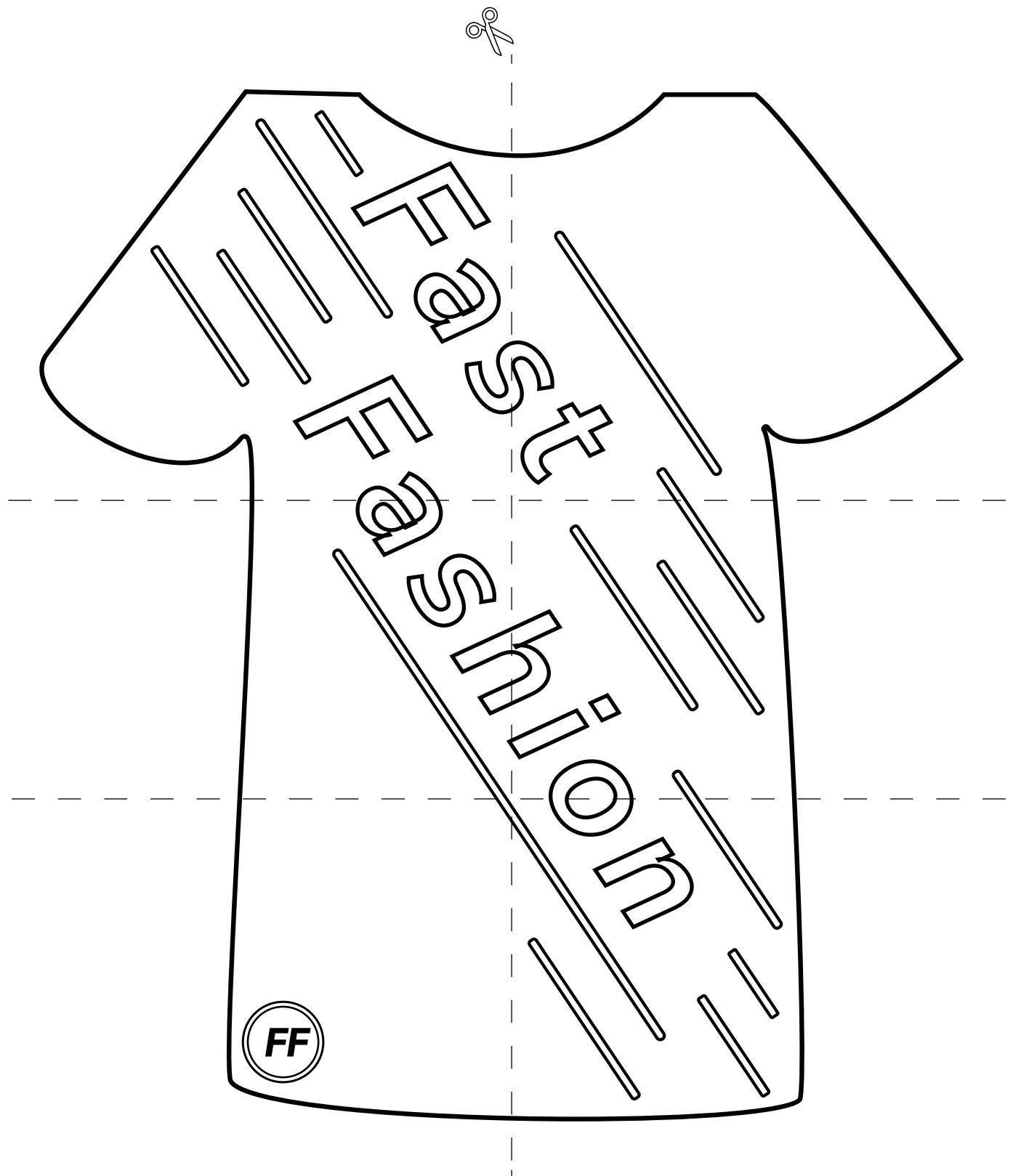


Transport ins Verkaufsland

Die fertig genähte Jeans wird nun mit dem Schiff nach **Deutschland** transportiert. Hier wird sie nochmal gereinigt und dann in ein Zentrallager gebracht aus dem die Geschäfte ihre Waren beziehen.

Foto: 95 S0Q3XzU20TBfZC5qcGc= / EU-Ukraine Cooperation / Flickr / CC BY-SA 2.0

AM.7 Rollenspiel: Leute machen Kleider



AM.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum

Aufgabe: Baue die Pyramide zusammen.

Schneide die fünf Streifen auf Seite 1 aus. Lege sie in der richtigen Reihenfolge auf die Pyramide auf Seite 2 – von der häufigsten und nachhaltigsten Handlungsweise (unten) bis zur seltensten und am wenigsten nachhaltigen (oben). Wichtig: Klebe die Streifen erst fest, wenn ihr eure Lösung im Plenum verglichen habt.



leihen & tauschen



gebraucht kaufen



nutzen, was man hat



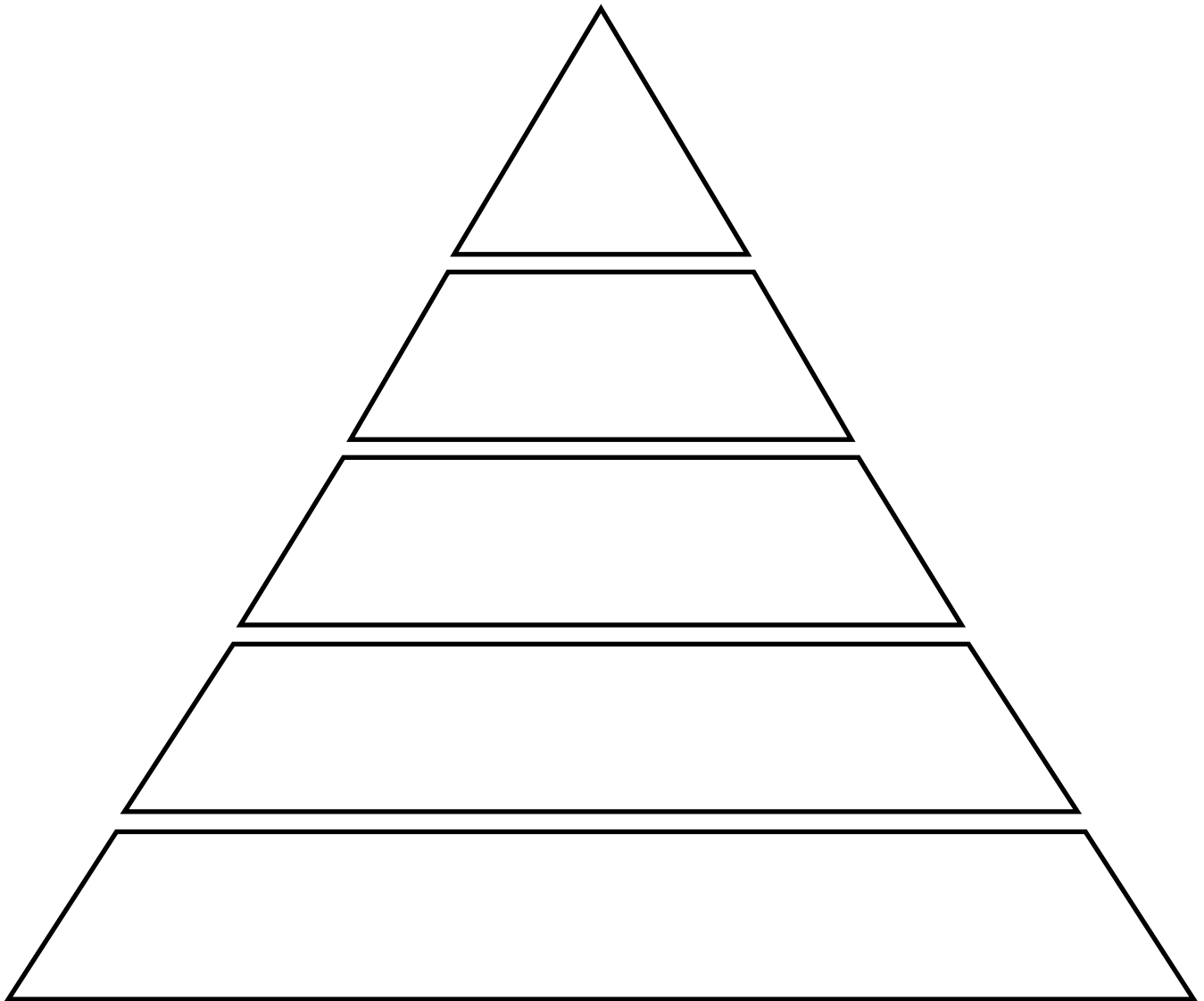
neu kaufen



upcyclen & reparieren



AM.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum









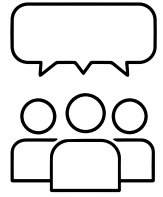








AM.10 Schulprojekt Fast Fashion



Aufgabe: Entwickelt euer eigenes Projekt für nachhaltigen Kleidungskonsum an eurer Schule.

1. Projektidee: Welche Aktion wollt ihr starten (z. B. Kleidertausch, Flohmarkt, Upcycling, Give-Box)?
Wie soll eure Aktion heißen?



2. Zielgruppe: Wer soll teilnehmen? (z. B. Schüler:innen, Lehrer:innen, Eltern/Familien)



3. Ziel: Was wollt ihr erreichen? (z. B. Kleidung länger nutzen, Ressourcen sparen)



4. Ablauf: Wann und wo soll euer Projekt stattfinden? Welche Schritte gibt es zu tun?



5. Organisation: Wer übernimmt welche Aufgaben? (z. B. Werbung, Vorbereitung, Durchführung)



6. Erfolg: Woran erkennt ihr, dass das Projekt gelungen ist?



Lösungsvorschlag

AM.3 Fast Fashion durchschauen

Aufgabe 1: Was weißt du schon?

Bevor wir den Film schauen, notiere spontan, was dir zum Begriff „Fast Fashion“ einfällt:

günstige Kleidung, große Auswahl, Modeketten (z. B. H&M, Zara, Shein), ständig neue Kollektionen, kurze Trends, schlechte Qualität, Umweltprobleme, Ausbeutung

Aufgabe 2: Film anschauen – Merkmale benennen

Schau dir den Film „Fast Fashion – Erklärbar“ (ca. 3 Minuten) an und notiere drei bis vier Stichworte, die deiner Meinung nach typisch für Fast Fashion sind:

Kleidung ist extrem günstig, Trends wechseln sehr schnell, bis zu 52 Kollektionen pro Jahr, Kleidung wird oft nur kurz getragen, viele Kleidungsstücke bestehen aus Kunststoff (Polyester), Produktion erfolgt meist in Ländern mit schlechten Arbeitsbedingungen, große Mengen bleiben unverkauft oder werden weggeworfen, Modeindustrie nutzt gezielt Werbung, Influencer:innen und Lifestyle-Marketing

Aufgabe 3: Was ist das Problem?

Überlege nach dem Film: Was ist problematisch an Fast Fashion? Notiere mindestens zwei Probleme, die dich persönlich besonders zum Nachdenken gebracht haben:

- *Kleidungsstücke verlieren ihren Wert > Wegwerfmentalität*
- *schlechte Qualität > Kleidung geht schnell kaputt*
- *Umweltbelastung durch Plastikfasern, Chemikalien und CO₂-Ausstoß*
- *schlechte Arbeitsbedingungen (niedrige Löhne, lange Arbeitszeiten)*
- *Konsumdruck: „Man muss immer das Neueste tragen“*
- *Macht nur kurz glücklich, da man immer mehr haben will (wie bei Fast Food)*
- *Überproduktion und Kleidung, die niemand trägt > Textilmüll*
- *Mikroplastik beim Waschen gelangt ins Wasser*
- *Kleidung wird billig gekauft, aber kaum genutzt*
- *Kopien von Designermode vom Laufsteg (Designer gehen leer aus)*

Lösungsvorschlag

AM.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen

Thema 1: Fashion-Hauls als Marketingstrategie

1. Beschreibe, was Influencer:innen trotz unterschiedlicher Themen gemeinsam haben. Was zeichnet sie aus?

- Sie wirken wie Freund:innen, teilen persönliche Inhalte und geben ihren Follower:innen das Gefühl, Teil des Geschehens zu sein.
- Es entsteht eine scheinbar vertraute Beziehung.
- Sie gelten als authentisch, sympathisch und glaubwürdig.
- Sie haben eine hohe Reichweite und gelten als Vorbilder.
- Trends werden durch sie sichtbar gemacht und populär.
- Ihre Beiträge werden nicht immer direkt als Werbung erkannt.
- Je länger man ihnen folgt, desto stärker wird das Vertrauen – das erhöht die Konsumbereitschaft.

2. Erkläre, warum Haul-Videos bei vielen Menschen so beliebt sind.

- Die Empfehlung wirkt wie die eines Freundes oder einer Freundin, das überzeugt stärker als klassische Werbung.
- Das Auspacken und Vorstellen von Kleidung löst ein positives Gefühl aus.
- Zuschauer:innen werden durch Kommentare, Likes und Interaktionen emotional eingebunden.
- Es entsteht ein Belohnungseffekt – auch beim Zuschauen.

3. Nenne Kritikpunkte an Haul-Videos.

- Sie vermitteln, dass Konsum in großen Mengen normal ist.
- Es wird suggeriert, ständig Neues besitzen zu müssen.
- Sie können Konsumdruck und eine Wegwerfhaltung fördern.
- Sie beinhalten oft versteckte oder unbemerkte Werbung.

4. Schaut euch gemeinsam mindestens ein Fashion-Haul-Video an. Notiert, was euch zum Nachkaufen motivieren könnte.

- Kleidung ist im Trend und besonders günstig.
- Es wird direkt zu den Produkten verlinkt, oft mit Rabattcodes.
- Der Kaufprozess ist durch wenige Klicks sehr einfach.
- Die Kombination aus Empfehlung und begrenztem Angebot erzeugt zusätzlichen Kaufdruck.

5. Beschreibt die Haltung gegenüber Kleidung und Konsum, die in diesen Videos vermittelt wird.

- Shopping wird als Hobby oder Erlebnis inszeniert.
- Günstig und viel kaufen gilt als positiv.
- Kleidung bekommt kaum noch individuellen oder emotionalen Wert, vielmehr handelt es sich um einen Kaufrausch.

6. Welchen Einfluss haben Hauls auf euch persönlich? Beschreibt eure Haltung dazu.

- Unterhaltung, Inspiration oder Interesse an bestimmten Produkten.
- Motivation, selbst etwas zu kaufen.
- Oder auch: Ablehnung, kein Interesse an Konsum, Langeweile durch Wiederholungen.

Lösungsvorschlag

AM.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen

Thema 2: Fast Fashion und Social Media

1. Beschreibe, auf welche Weisen Influencer:innen Geld verdienen. Was bringt besonders viel ein?

- Mit großer Reichweite können sie Werbung schalten oder gesponserte Inhalte posten.
- Kooperationen mit Marken bringen zusätzlich Geld oder Produkte.
- Affiliate-Links führen zu Provisionen bei Verkäufen.
- Rabattcodes steigern Reichweite und Umsatz.
- Plattformen wie Patreon oder Steady bieten Bezahlmodelle für Inhalte.

2. Welche Kooperationen zwischen Influencer:innen/Promis und Marken kennst du? Nenne Beispiele.

(Diese Frage ist offen gehalten, weil sich Kooperationen schnell ändern. Ein aktuelles Beispiel kann von der Lehrkraft ergänzt werden.)

3. Wurdest du schon einmal durch Influencer:innen auf ein Produkt aufmerksam gemacht? Welches?

(Diese Frage wird individuell beantwortet. Lehrkräfte können ggf. eigene Beispiele einbringen.)

4. Schaut gemeinsam den Ausschnitt aus dem Shein-Video (Min. 4:50 – 9:10) an. Welche Verkaufsstrategien erkennt ihr?

- Enge Kooperationen mit Influencer:innen.
- Affiliate-Programme mit Provisionen.
- Rabattaktionen mit Zeitdruck.
- Influencer:innen als Gesichter von Marken oder Kollektionen.
- Kombination aus Reichweite und gezieltem Empfehlungsmarketing.

5. Benennt Nachteile oder Kritikpunkte, die bei der Zusammenarbeit von Fast-Fashion-Konzernen und Influencer:innen entstehen.

- Unternehmen investieren viel Geld, auch wenn Kampagnen scheitern.
- Negative Schlagzeilen über Influencer:innen können die Marke beschädigen.
- Influencer:innen machen Werbung, ohne objektiv zu sein.
- Verbraucher:innen werden emotional beeinflusst und zum Kauf gedrängt.
- Es entsteht das Gefühl, immer mehr besitzen zu müssen.

6. Habt ihr schon einmal ein beworbenes Produkt gekauft? Warum (nicht)? Diskutiert eure Erfahrungen.

(Diese Frage dient der persönlichen Reflexion und kann bei Bedarf auf andere Werbeformen ausgeweitet werden.)

Lösungsvorschlag

AM.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen

Thema 3: Fast Fashion und Nachhaltigkeit

1. Was machen Fast-Fashion-Marken wie H&M, Zara, Primark um nachhaltig zu wirken? Nenne Beispiele.

- Recycling-Boxen in Geschäften.
- Eigene „Fake“-Nachhaltigkeits-Labels wie „Conscious“ (H&M), „Join Life“ (Zara) oder „Better Cotton“.
- Darstellung von Naturbildern und Umweltmotiven im Onlineshop.
- Die Behauptung, echtes Recycling von Kleidung zu betreiben. (Hochwertiges Recycling ist jedoch derzeit kaum möglich.)

2. Kennst du Influencer:innen, die nachhaltige Mode bewerben? Beschreibe, was sie in den Vordergrund stellen.

- „Sinnfluencer:innen“, z. B. über Plattformen wie nachhaltige-kleidung.de
- Sie betonen faire Produktion, lange Haltbarkeit oder Secondhand-Konsum.

3. Erläutere, welche Rolle Nachhaltigkeit bei Mode für dich persönlich spielt?

(Je nach Schüler:in spielt Nachhaltigkeit eine größere oder kleinere Rolle. Eine ergänzende Frage könnte sein: Warum [nicht])?

4. Besucht gemeinsam die Nachhaltigkeitsseiten von H&M, Zara, Primark oder Shein. Welche Maßnahmen werden genannt?

- Zara: viele Selbstverpflichtungen, wenig unabhängige Prüfungen, viele Naturbilder.
- H&M: Themen wie Pflege, Recycling, reduzierte Bildsprache.
- Shein: kaum konkrete Infos, nur allgemeine Hinweise auf soziale Verantwortung.
- Primark: ethische Selbstverpflichtungen, langfristige Versprechen.

5. Benennt Begriffe und Bilder, die euch dort immer wieder begegnen. Beschreibt ihre Wirkung.

- Begriffe wie: grün, fair, Verantwortung, recycelt.
- Bilder: Natur, glückliche Menschen, Naturmaterialien.
- Wirkung: Man fühlt sich als Verbraucher:in bestätigt, entlastet und hat ein reines Gewissen.
- Kritisch: Oft ist unklar, ob es sich um Greenwashing handelt.

6. Warum versuchen Konzerne ein nachhaltiges Image zu vermitteln? Diskutiert eure Einschätzung.

- Viele Kund:innen legen zunehmend Wert auf Nachhaltigkeit.
- Der schlechte Ruf der Branche soll verbessert werden.
- Es geht darum, Kritik zu entschärfen und das Kaufverhalten zu steigern.

Lösungsvorschlag

AM.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum