

AKTIV FÜR MENSCHENRECHTE IN DER MODE

AKTIONSHANDBUCH
FÜR DIE SCHULE

3

2

1



LIEBE ENGAGIERTE LEHRKRÄFTE,

AKTIV FÜR MENSCHENRECHTE IN DER MODE, das sind wir von FEMNET seit vielen Jahren. Ziel unserer Arbeit ist die Verbesserung der arbeits- und menschenrechtlichen Situation der überwiegend weiblichen Arbeitskräfte, die unsere Kleidung herstellen. Dazu führen wir Kampagnen, beteiligen uns am politischen Dialog, unterstützen Arbeitsrechtsorganisationen in den Produktionsländern und leisten Bildungs- und Beratungsarbeit.

Kleidung ist für Schüler*innen oft von großer Relevanz. Unsere Arbeit an Schulen zielt darauf ab, die Jugendlichen für die globalen Zusammenhänge rund um das Thema Kleidung zu sensibilisieren. Was bedeutet es, wenn Kleidung in deutschen Geschäften nur wenige Euros kostet? Welchen Einfluss hat unser Kaufverhalten auf die Produktionsbedingungen in Asien? Wie muss Wirtschaft gestaltet werden, damit alle davon profitieren? Und wie können wir dazu beitragen, dass die Klimafolgen, die die Herstellung und Nutzung unserer Kleidung verursacht, verringert werden?

SDGs



Anknüpfungspunkte für das Thema Kleidung im Unterricht gibt es viele. Über Fragen nach sozialer Gerechtigkeit, Globalisierung und Chancengleichheit eröffnen sich jeweils ganz unterschiedliche fachliche Perspektiven. Eine Vorlage bieten auch die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, SDGs), die explizit Geschlechtergerechtigkeit (SDG 5), menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (SDG 8) wie auch Nachhaltigkeit in Konsum und Produktion (SDG 12) fordern und damit Diskussionsfelder für den Globalen Süden wie für Deutschland eröffnen.

Damit diese Themen einer Bildung für nachhaltige Entwicklung ihren Weg an die Schulen finden, sind Sie als Multiplikator*innen gefragt. Durch gemeinsames Engagement verändern wir die Modeindustrie – Schritt für Schritt!



INHALT

Editorial	2
Einleitung	6
Fachartikel: Wege zu nachhaltigem und fairem Kleidungskonsum: Reduce, reuse, recycle – and protest!	8
Aktionen und Projekte erfolgreich planen	14
13 Ideen für Aktionen und Projekte	16
Kreativ und Aktiv	17
1 Repaircafé: Weniger wegwerfen!	17
2 Textildruck-Aktion: Druck machen!	18
3 Postkarten-Gestaltung: Die Stimme hören lassen!	19
4 FAIRschenk-Aktion: Aus Altem Neues machen!	19
Interview mit Nicole van Rahden	20
Veranstaltungsformate	22
5 Kleidertausch: Ressourcen sparen!	22
6 Workshops: Wissen teilen!	23
7 Filmabend: Hinschauen!	24
8 Fairer Stadtrundgang: Fair vor Ort!	25
9 Vorbild Mitschüler*in: Voneinander lernen!	26
10 Fashion Fasten: Nutzen was wir besitzen!	27
Interview mit Miriam Albrecht	28

Dauerhaft aktiv an der Schule

11 Schul-AG gründen: Ein Team sein!	31
12 Verleih- oder Tauschstation für Kleidung: Sharing ist Caring!	32
13 Nachhaltiges Schulmerchandising: Verantwortung übernehmen!	32
Interview mit der Schüler*inneninitiative #changemaker.....	34

Ideenwerkstatt:

Von der Vision zur Aktion	36
---------------------------------	----

Annex

Arbeitsblatt – Aktionsplanung	38
Aktionstage im Laufe des Jahres	40
Quellenangaben zum Fachartikel.....	42

Finanzierungsmöglichkeiten	43
---	----

Impressum	44
------------------------	----



Mode bedeutet für junge Menschen mehr als nur Bekleidung. Sie unterstützt den Prozess der Identitätsfindung, indem sie sowohl die eigene Individualität als auch die Cliquenzugehörigkeit unterstreicht. Nicht zu unterschätzen ist zudem der Freizeitgehalt von Mode: Gemeinsame Streifzüge durch die Shopping-Tempel der Innenstädte sind ein soziales Ereignis – und gehen oft mit dem Einkauf von Kleidungsstücken einher, die anschließend kaum oder gar nicht getragen werden.

Dieser gedankenlose Umgang mit Textilien – der nicht nur bei Jugendlichen üblich ist – führt zu einer gigantischen Überproduktion von Mode auf Kosten von Mensch und Umwelt.

Für die Menschen – mehrheitlich Frauen – die unsere Kleidung produzieren, bedeutet dies Arbeitstage von zwölf und mehr Stunden, Löhne weit unter dem Existenzminimum, und geschlechtsspezifische Diskriminierung und Gewalt in den Fabriken. In ökologischer Hinsicht führt die Produktion unserer Kleidung zu Ressourcenverschwendung, Luft- und Wasserverschmutzung, Unmengen an Altkleidern sowie Textilmüll.

Die ausbeuterischen Bedingungen bei der Produktion von Bekleidung und die katastrophalen Umweltauswirkungen der Modeindustrie sind weithin bekannt. **Wir wissen, dass für eine zukunftsfähige Textil- und Bekleidungsindustrie eine sozial-ökologische Transformation unabdingbar ist.** Wir wissen, dass es notwendig ist, unternehmerische Strukturen zu ändern, die Politik in die Pflicht zu nehmen und auch unser eigenes Konsumverhalten zu überdenken. Dennoch fällt es uns oft schwer, im Alltag konsequent nach unseren Überzeugungen und Werten zu handeln und mehr Gerechtigkeit einzufordern.

Wollen Sie mehr über diese Themen wissen?

Weitere Informationen mit Quellenachweisen gibt es im Beitrag *Wege zu nachhaltigem und fairem Kleidungskonsum: Reduce, reuse, recycle – and protest!* von Sonja Geiger und Vivian Frick. Auf der **→ Website von FEMNET** finden Sie weitere Informationen zu den Themen Kleidung, Menschen/ Frauenrechte und Klimafolgen. Auch in unsere **→ Materialdatenbank** lohnt sich immer ein Blick!

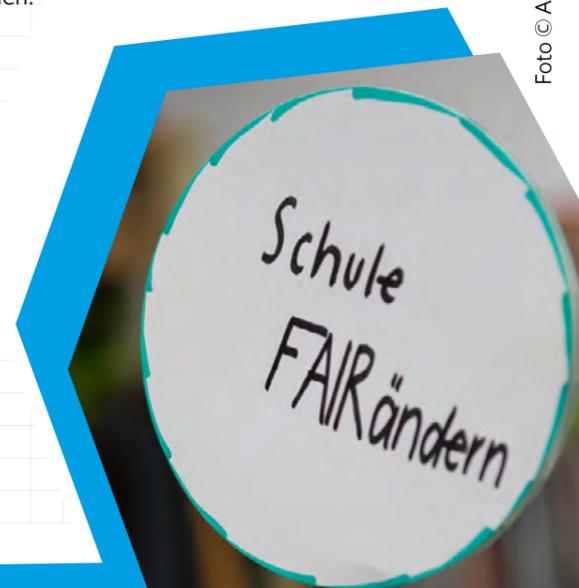
Deshalb brauchen wir Vorbilder dafür, wie es besser geht! Die Schulzeit als Lebensphase, in der sich junge Menschen mit verschiedensten Inhalten auseinandersetzen und ihre Identität bilden, kann diese Vorbilder entstehen lassen und prägen. Und die Schule als der Ort, an dem junge Menschen den Großteil ihrer Zeit verbringen, ist der angemessene Raum, diese entstehen zu lassen.

Unser individuelles und kollektives Handeln kann Menschen inspirieren, Dinge zu verändern, kann zum Mitmachen anregen oder ermutigen, Druck auf Unternehmen und Politik auszuüben. **Erfahrungen von Selbstwirksamkeit und Gestaltungsspielräumen bereiten Freude und stärken das Selbstbewusstsein.** Engagement fördert Netzwerkfähigkeit und lehrt Kompetenzen, beispielsweise in organisatorischen Dingen. Die öffentliche Thematisierung kann zukunftsweisende Veränderungen anstoßen: So wurde im letzten Jahr ein deutsches Lieferkettengesetz verabschiedet, das vor wenigen Jahren noch völlig undenkbar gewesen ist. Und laut einer aktuellen **→ Studie von Greenpeace** zum Kleidungskonsum zeichnet sich bei den Konsument*innen in Deutschland ein nachhaltigerer Umgang mit Kleidung ab. Es geht also in die richtige Richtung – lassen Sie uns daran anknüpfen, um beständig weiterzukommen! Mit kreativen, lautstarken oder auch leisen Aktionen, die auf Missstände aufmerksam machen und Handlungsoptionen aufzeigen!

Im Rahmen des Projekts „Aktiv für Menschenrechte in der Mode“ haben wir Taten sprechen lassen. Wir realisieren seit Jahren Workshops, Aktionen und Projekte rund um Mode und Menschenrechtsthemen – auch an und in Kooperation mit Schulen. Junge Menschen sind die Gestalter*innen der Welt von morgen. Sie in ihrem Wunsch nach Mitsprache und Wirkung zu unterstützen ist uns ein großes Anliegen – weshalb wir Ihnen und Ihren Schüler*innen auf diesem Weg einen Werkzeugkoffer für Ihr schulisches Engagement anbieten möchten.

Das Aktionshandbuch soll Sie ermutigen, gemeinsam mit Ihren Schüler*innen die verfügbaren Handlungsspielräume zu nutzen und aktiv zu werden – im Rahmen des Unterrichts oder auch darüber hinaus. **Wir wollen Ihnen Möglichkeiten aufzeigen, wie Engagement einen Platz im Schulalltag finden und Wirkung entfalten kann.** Das Aktionshandbuch knüpft an unseren **→ Ideenpool** an, in dem Sie viele weitere Anregungen für Projekte und Aktionen finden.

**VIEL SPASS
BEIM
BLÄTTERN
UND
UMSETZEN!**



WEGE ZU NACHHALTIGEM UND FAIREM KLEIDUNGSKONSUM: REDUCE, REUSE, RECYCLE – AND PROTEST!

von Dr. Sonja Geiger & Dr. Vivian Frick

Ein Mensch in Deutschland kauft durchschnittlich etwa 18 Kilogramm Kleidung im Jahr (UBA, 2022). Fast 300.000 Tonnen Kleidung wanderten 2020 in Deutschland auf den Müll (Eurostat, 2022). Fast Fashion – der stetige Hunger nach neuer Mode und Kleidung im Globalen Norden – bringt die Natur an ihre Grenzen. Man bezeichnet diese Belastungsgrenzen auch als planetare Grenzen (Steffen et al, 2015). Das Konzept der planetaren Grenzen beschreibt, welche verschiedenen Umweltbelastungen – wie Klimawandel, Biodiversitätsverlust oder Süßwasserverbrauch – wir Menschen durch unseren Konsum zu verantworten haben. Zudem zeigt es, wie viele Ressourcen wir verbrauchen können, ohne irreparable Schäden zu verursachen, die das Überleben von Mensch und Umwelt gefährden. Die Produktion von Kleidung belastet diese Grenzen insbesondere durch den Anbau von Baumwolle in Ländern des Globalen Südens. Der Anbau verbraucht extrem viel Frischwasser, welches in diesen Ländern meist sowieso schon knapp ist - und verursacht Umweltverschmutzungen durch schädliche Chemikalien (Choudhury, 2014).

Dr. Sonja Geiger ist habilitierte Umweltpsychologin und forscht zu psychologischen Einflussvariablen auf nachhaltiges Konsumverhalten, Gesundheit und Wohlbefinden an der JLU in Gießen.

Dr. Vivian Frick ist Umwelt- und Sozialpsychologin und forscht zu Themen wie Partizipation und Kommunikation, nachhaltiges Konsumverhalten und digitaler Wandel am IÖW in Berlin.



Nicht nur die Natur, auch viele Menschen leiden unter dem hohen Kleidungskonsum. Der Produktionspfad unserer Kleidung verläuft noch immer in den Spuren des Kolonialismus: Baumwolle wird primär in Indien und China produziert.¹ Genäht wird meist in Asien sowie in osteuropäischen Ländern.² Löhne liegen dabei häufig unter dem Existenzminimum, die Arbeitssicherheit ist mangelhaft. Die Unternehmen selbst und der Verkauf sind primär im Globalen Norden anzutreffen, sodass Gewinne dorthin fließen. Den Abfall überlässt man oftmals afrikanischen Ländern über Kleider-spenden, welche die lokalen Märkte dort schwächen.

Wie denken junge Menschen über solche ökologischen und sozialen Belastungen? Und was können sie daran ändern? Die Studie „Zukunft? Jugend fragen! 2021“ ging diesen Fragen nach und fand: Ungerechtigkeit treibt junge Menschen in Deutschland an (BMUV, 2022). Rund 80 Prozent der 14- bis 22-Jährigen finden es laut dieser Umfrage beschämend, dass die reichen Länder die größten Umweltprobleme verursachen, während die armen Länder darunter leiden. Soziale Gerechtigkeit war für sie das wichtigste Thema in Deutschland. 87 Prozent der Befragten berichteten, dass dieses Thema wichtig ist. Für 85 Prozent waren auch Umwelt und Klima wichtige Themen. Es muss sich also etwas ändern – bloß wie?

¹ www.atlasbig.com/de-at/laender-durch-baumwollproduktion

² www.tagesspiegel.de/wirtschaft/luxusmarken-sind-nicht-fairer-als-primark-3572305.html

BLOSS WIE?

WAS WIR FÜR EINEN NACHHALTIGEREN KLEIDUNGSKONSUM TUN KÖNNEN

Zu nachhaltigem Konsum gehört es, sowohl ökologisch als auch sozial verantwortlich zu handeln. Kleidungskonsum kann man nur dann als nachhaltig definieren, wenn wir unsere Kleidung auf eine Art und Weise beziehen, nutzen und entsorgen, die die Bedürfnisse gegenwärtiger Generationen (z.B. der im Produktionsprozess involvierten Arbeiter*innen) als auch zukünftiger Generationen (z.B. Menschen, die in 50 Jahren mit den jetzt verursachten Klimawandelfolgen leben müssen) nicht beeinträchtigt (Geiger, Fischer & Schrader, 2017). Das schließt eine Vielzahl von Verhaltensweisen ein, die man, wie in einer Studie mit jugendlichen Konsument*innen gezeigt wurde, zu zwei grundlegenden Dimensionen zusammenfassen kann (Fischer, Böhme, & Geiger, 2017). Die erste Dimension beschreibt nachhaltige Kaufentscheidungen, wie z.B. für hochwertige Produkte, die aus biologisch angebaute Baumwolle und/oder fairer Produktion stammen. Die zweite Dimension beinhaltet Verhaltensweisen, die wir als suffizient bezeichnen. Hierzu gehört ein ressourcenreduzierter Konsum, der sich u.a. in sparsamer Anschaffung, Nutzung von Secondhand-Kleidung und Up- oder Recycling getragener Kleidung ausdrückt. Zusammenfassend könnte man die beiden Dimensionen als quantitativ weniger, aber qualitativ besser bezeichnen.

Kleidung mit Fairtrade- und Biolabels wählen, den Neukauf reduzieren, vielleicht sogar einzelne Firmen boykottieren, das ist ein guter Start. Ob wir über individuelles Konsumverhalten allein das System verbessern können, wird jedoch infrage gestellt (Grundwald, 2018). Denn natürlich liegt die Entscheidung darüber, wie und wie viel Kleidung produziert wird, nicht direkt bei den Konsument*innen. Vielmehr tragen auch die Produktionsfirmen und die Kleidungsgeschäfte dafür Verantwortung. Viele von ihnen drücken sich jedoch vor dieser Verantwortung.

Glücklicherweise haben wir als Bürger*innen nicht nur einen Fußabdruck, sondern auch einen Handabdruck³: Durch unsere Taten und unser Engagement können wir Druck auf Unternehmen ausüben und gesellschaftliche Strukturen verändern, insbesondere dann, wenn wir uns in Gruppen zusammenschließen. Eindrucksvoll zeigt dies in den letzten Jahren Fridays for Future, davor gab es die Anti-Atomkraft- und andere Bewegungen. Die Zivilgesellschaft ist ein zentraler Treiber für mehr Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit. Sich für einen nachhaltigen Umgang mit Kleidung einzusetzen, umfasst also auch das Engagement für eine umweltfreundliche, gerechte und damit dekolonialisierte Bekleidungsindustrie, beispielsweise indem man politisch aktiv wird, an Demonstrationen, Petitionen oder Aktivitäten von Organisationen der Zivilgesellschaft teilnimmt.

WIE WIR MENSCHEN DAZU MOTIVIEREN, KLEIDUNG NACHHALTIG ZU NUTZEN

Umweltpsycholog*innen untersuchen, wie man Menschen motivieren kann, sich nachhaltig zu verhalten. Zum nachhaltigen Verhalten gehört der eigene Konsum, also selbst weniger zu kaufen und wenn doch mal ein Kauf nötig ist, nur langlebige, fair und ökologisch produzierte Lieblingsteile anzuschaffen.

In der Umweltpsychologie wird eine Vielzahl von Faktoren beschrieben, die nachhaltiges Konsumverhalten und Engagement wahrscheinlicher machen bzw. helfen, es aufrechtzuerhalten. Einen guten Überblick über unterschiedliche Faktoren und wie sie in der Entwicklung von Bildungsinterventionen eingesetzt werden können gibt das **Handbuch von Hamann, Baumann und Löschinger (2016)**.

WERTE, MITGEFÜHL UND GERECHTIGKEITSEMPFINDEN

Von großer Bedeutung für nachhaltiges Konsumverhalten sind grundlegende Werte von Menschen. Werte sind dabei als situationsübergreifende, wünschenswerte Ziele definiert, die als generelle Leitprinzipien im Leben dienen. Beispiele für die sog. altruistischen Werte wären die Leitprinzipien „Hilfsbereitschaft“ oder „Soziale Gerechtigkeit“. Neben altruistischen Werten haben sich auch biosphärische Werte (z.B. „Unversehrtheit der Natur“) und egoistische Werte (z.B. „soziale Macht“) als handlungsleitend erwiesen, wenn es z.B. um die Wahl eines Restaurants oder des Verkehrsmittels geht. So würden biosphärisch und altruistisch motivierte Menschen eher auf die Arbeitsbedingungen und die Nachhaltigkeit des Angebots achten, egoistisch orientierte Menschen eher auf den Preis oder die Bequemlichkeit (deGroot & Steg, 2008). Im Zusammenhang mit Kleidungskonsum sind auch hedonistische Werte („Das Leben genießen“) bedeutsam. Wie wir in einer Befragung zeigen konnten, legen hedonistisch orientierte Menschen seltener nachhaltige Kaufkriterien an und sind weniger bereit, für fair produzierte Produkte Geld auszugeben (Geiger & Keller, 2017). Dieselbe Studie konnte allerdings auch zeigen, dass eine einfache Stärkung von Mitgefühl für benachteiligte Menschen durch eine kurze fotobasierte Intervention diesen Effekt ausgleichen konnte. Allerdings sind Werte relativ stabile Persönlichkeitseigenschaften und lassen sich daher nicht ohne Weiteres ändern. Dennoch gibt es Bildungsansätze, die es z.B. durch introspektive oder meditative Methoden ermöglichen, Werte zu klären und zu reflektieren. Ein 8-wöchiger achtsamkeitsbasierter Meditationskurs führte z.B. dazu, dass Menschen materiellen Werten weniger Beachtung schenken als vorher (Geiger, Fischer, Schrader, & Grossman, 2019).

SELBSTWIRKSAMKEIT

Ob wir eine bestimmte Verhaltensänderung anstoßen und aufrechterhalten, hängt nicht nur von unseren Werten ab, sondern auch von unserer Zuversicht, die dafür notwendigen Schritte bewältigen zu können. Bandura (1977) prägte für diese Überzeugung den Begriff der „Selbstwirksamkeit“. Der Einfluss des Gefühls der Selbstwirksamkeit wurde zunächst auf Gesundheitsverhalten vielfach belegt. Von der eigentlichen Selbstwirksamkeitserwartung (angewendet auf Kleidungskonsum: der Glauben daran, nachhaltigen Kleidungskonsum oder soziales Engagement zeigen zu können) lassen sich Ergebniserwartungen unterscheiden (der Glauben daran, dass dieses Engagement auch ein handfestes Resultat in der Welt nach sich zieht). **Für gesellschaftliche Herausforderungen wie die Eindämmung der ökologischen und sozialen Schäden der Kleidungsindustrie ist die kollektive Wirksamkeitserwartung von besonderer Bedeutung. Diese beschreibt die Überzeugung, inwiefern es gemeinsam gelingen kann, ein Problem von solcher Tragweite zu lösen.** In einer Studie zu Elektromobilität konnte gezeigt werden, dass vor allem Teilnehmende, die in der Überzeugung bestärkt worden waren, dass eine Gruppenanstrengung zu einer erfolgreichen Verkehrswende führen würde, eher bereit waren, ihr eigenes Mobilitätsverhalten zu ändern (Barth, Jugert, & Fritsche, 2016). Übertragen auf den Kleidungskonsum würde das heißen, dass man nicht nur individuelle Wirksamkeitserwartungen stärken sollte, sondern eben auch kollektive. **Erstere kann man dadurch stärken, dass Räume geschaffen werden, in denen das Zielverhalten gezeigt und geübt werden kann, wie z.B. die Beurteilung unterschiedlicher Qualitätssiegel, das Nähen oder Upcyceln eigener Kleidung oder die Organisation eines Kleidertauschs. Kollektive Ergebniserwartungen kann man vor allem dadurch stärken, dass konkrete Ergebnisse sozialer Initiativen sichtbar gemacht werden.** Dies unternimmt zum Beispiel die Fair Wear Foundation, die auf ihrer Website⁴ konkret auf die Verbesserungen in der Kleidungsindustrie hinweist, die auf verschiedene Aktionsprogramme und die Durchsetzung von neuen Standards zurückzuführen sind.

³ www.handabdruck.eu

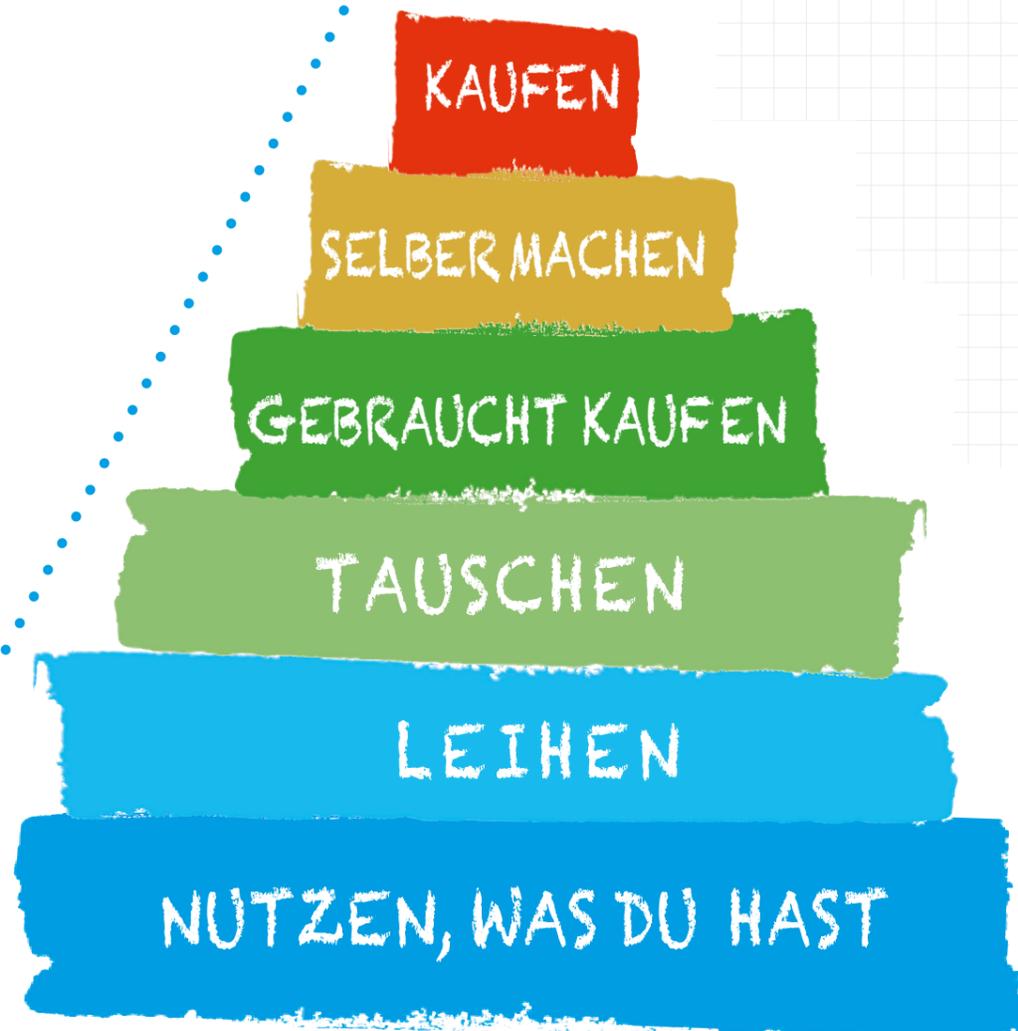
⁴ www.fairwear.org

KONSUMWÜNSCHE DURCH WERBUNG UND MODE

Dass Menschen überhaupt mehr Kleidung konsumieren möchten, als es für den Alltag notwendig wäre, das beruht natürlich nicht nur auf persönlichen Entscheidungen. Vielmehr sind dafür von der Werbeindustrie induzierte Modetrends wie Fast Fashion mitverantwortlich. Diese können Konsumismus und Materialismus in der Gesellschaft steigern. Heute begegnen wir täglich mehr Werbebotschaften als jemals zuvor – das liegt hauptsächlich am Internet. Die primäre Einnahmequelle der meistgenutzten Suchmaschinen und Social-Media-Plattformen ist schließlich das Schalten von Werbung. Es werden stetig Konsumanreize gesetzt, sei es durch personalisierte Werbung, Influencer*innen oder gar eingebettete Kauf-Buttons (Gossen et al, 2022).

Auch der soziale Druck zu konsumieren wächst: So hängt Social-Media-Nutzung mit höheren Narzissmus-Werten und der Selbstvermarktung zusammen (Taylor & Stratton, 2016). Dies birgt die Gefahr, die eh schon zu hohen Konsumwünsche nach Kleidung im Globalen Norden weiter zu steigern (Frick et al, 2022). Die Jugendstudie (BMUV, 2022) zeigt: junge Menschen in Deutschland sind sich dessen bewusst. 83 Prozent der Befragten zeigten sich besorgt, dass Menschen durch Social Media mehr Wert auf Äußerlichkeiten legen, wie attraktives Aussehen, coole Outfits oder Luxusgüter. Aber zugleich können sie sich diesem Effekt nicht entziehen: Zwei Drittel der Stichprobe sahen auf Social Media, welche Modetrends bei Freund*innen oder bei Celebrities gerade angesagt sind, und bekamen dort Lust, sich neue Dinge wie Kleidung, Schuhe oder technische Geräte zu kaufen.

Indem man im Alltag reduziert, wie oft wie und wie lange man sich Werbung und Social-Media-Inhalten aussetzt, kann der Konsumdruck gesenkt werden. Das geht zum Beispiel durch das Installieren von Adblockern. Das Reflektieren der eigenen Bedürfnisse hilft, sich von Werbeeinflüssen und sozialen Konsumzwängen freizumachen.



KONSUMPYRAMIDE

FAZIT:

WIE KÖNNEN WIR AKTIV WERDEN UND BLEIBEN?

WENIGER IST MEHR:

Wie eingangs erwähnt, ist die nachhaltigste Form des Konsums, erst gar nichts zu kaufen. Für den Kleidungskonsum würde das bedeuten, sich wenige, dafür qualitativ hochwertige Kleidungsstücke zuzulegen, die man lange nutzen, selbst umnähen, upcyclen oder mit Freund*innen tauschen kann, um sich eine abwechslungsreiche Garderobe zusammenzustellen. Kleiderbibliotheken, Flohmärkte und Tauschparties sind dafür geeignet.

MOTIVIEREN, EMPOWERN, KONSUMDRUCK RUNTERFAHREN:

Das hilft laut umweltpsychologischer Forschung, dauerhaft nachhaltiges Verhalten zu erhalten. Wir können auf Wertvorstellungen und Gerechtigkeitsempfinden zurückgreifen, um Menschen für nachhaltigen Kleidungskonsum zu motivieren. Darüber hinaus muss Wirksamkeitserleben geschaffen werden, nicht zuletzt durch eine gute Kommunikation der tatsächlichen Veränderung in Politik und Unternehmen. Es gilt also auch zu kommunizieren, wo positive Veränderungen bereits passieren.

SYSTEM CHANGE, NOT CLIMATE CHANGE!

So lautet beispielsweise das Motto der jungen Klimabewegung. Gemeint ist, dass Wandel erst dann möglich wird, wenn man Nachhaltigkeit ganzheitlich betrachtet: wenn Menschen sich engagieren und (nicht zuletzt dadurch) Unternehmen, Politik und Infrastruktur sich verändern. Aktuell assoziieren viele junge Menschen Nachhaltigkeit als lebensstilbezogenes Handlungsfeld. Die Verantwortung für den Umwelt- und Klimaschutz wird vorrangig bei Privatpersonen und deren Konsumverhalten verortet, während politisches und zivilgesellschaftliches Engagement deutlich weniger Erwähnung findet (Reuter & Gossen 2021). Die Klimagerechtigkeitsbewegung – hier stellvertretend dargestellt für viele andere Bewegungen – kritisiert diese Haltung und fordert stattdessen die konsequente Umsetzung politischer und unternehmerischer Maßnahmen zum Klimaschutz. Gleichzeitig wird Klimagerechtigkeit als Leitbegriff eingesetzt, um soziale Gerechtigkeit mit Klimaschutz zu verbinden und so ebenfalls die Verantwortung weg von – aktuell oft teuren oder aufwändigen – nachhaltigen Konsumentenscheidungen, hin zum Aufbau von fairen Strukturen zu leiten. Als nachhaltige Handlungen von Individuen werden demnach nicht (nur) nachhaltige Konsumhandlungen, sondern auch Engagement und politische Teilhabe verstanden. Diese Repolitisierung bietet eine große Chance für die Nachhaltigkeitsbewegung und die Politik. Damit sie sich nicht abnutzt, braucht es Unterstützungsstrukturen und Bildungsangebote.

Was ist
unser
Ziel?

→

WEN
wollen wir
ansprechen
?

→

Was ist
unsere
Botschaft?

→

Was
brauchen wir,
um das
Projekt umsetzen
zu können?
(Ressourcen)

→

Wer hilft uns?
(Kooperations-
partner*innen)

→

Wie
erreichen wir
unser Ziel?
(Aktionen)

→

Wer macht was?
(Zuständig-
keiten)

→

Wie
gehen wir vor?
(Zeit- und
Aktionsplan)

→

Los geht's!
(Durchführung)



Was war gut?
Was kann
verbessert werden?
(Auswertung)

AKTIONEN UND PROJEKTE ERFOLGREICH PLANEN

Die oben aufgeführten Schritte sowie eine ausführliche Tabelle zur Aktionsplanung im Anhang helfen Ihnen bei der Planung, Durchführung und Evaluation Ihrer Aktion. Am Anfang eines Projekts kann es herausfordernd sein, dessen Umfang zu überblicken. Darum empfiehlt es sich, zu Anfang etwas Zeit in die Planung zu stecken. Wenn Sie noch auf der Suche nach einer zündenden Idee sind, schauen Sie gerne einmal in unsere [Ideenwerkstatt](#).

13 IDEEN FÜR AKTIONEN UND PROJEKTE

In diesem Kapitel stellen wir Ihnen **dreizehn Aktionsideen** vor, die Sie im Rahmen des Unterrichts oder einer AG mit engagierten Schüler*innen umsetzen können.

Gedacht sind diese Vorschläge als Beispiele und Inspiration für eigene Projektideen. Das Thema Textilien bietet sich für vielseitige Projekte im Schulkontext an, weil es einerseits viele Berührungspunkte zum Leben junger Menschen hat, zugleich aber auch zulässt, fachliche Inhalte zu thematisieren. Durch den persönlichen Bezug sind Schüler*innen direkt betroffen. Das fördert deren Engagement und den Willen zur Transformation.

Einen Leitfaden für die konkrete Planung und Umsetzung der Aktionsideen bietet Ihnen unser Arbeitsblatt für die Aktionsplanung. Dieses können Sie ausdrucken und gemeinsam bearbeiten. Ihnen gefällt keine der folgenden Aktionen, Ihre Schüler*innen möchten aber dennoch für Menschenrechte in der Mode aktiv werden? Dann hilft die Methode der Ideenwerkstatt bei der Ideenfindung.

Viele von uns wissen: So wie jetzt kann es nicht weitergehen – weder für die Textilarbeiter*innen, noch für die Umwelt! Lassen Sie uns also gemeinsam aktiv werden:

Weitere Ideen finden Sie auch in unserem

→ **Ideenpool!**



16



Foto © Vanessa Püllen

KREATIV UND AKTIV

Reparieren, bedrucken, upcyclen – es gibt viele Möglichkeiten, Mode kreativ und individuell zu gestalten. Und auch Medien wie Postkarten und Plakate können helfen, das eigene Unbehagen bezüglich der aktuellen Modeindustrie zum Ausdruck zu bringen. Ob die Aktion im Klassenverband geschieht oder sich darüber hinaus an die Öffentlichkeit richtet: Gemeinsam kreativ zu sein macht Spaß! Und nebenbei werden ganz praktisch ein nachhaltiger Umgang mit Textilien gestärkt und eigene Konsummuster reflektiert.

Das zeigt auch das Beispiel des Kölner Hildegard-von-Bingen Gymnasiums, dessen Lehrerin Nicole van Rahden auf Seite 20 von Ihren Erfahrungen bei der Realisierung von kreativen Projekten berichtet.

REPAIRCAFÉ: WENIGER WEGWERFEN!

- ✓ **ZIEL** Kompetenzerwerb – Wertschätzung von Kleidung – Ressourcenschonung
- ✓ **VORLAUFZEIT** ⌚
- ✓ **ORT** Digital – Präsenz
- ✓ **RESSOURCEN**
Plakate – Nähmaschinen – Näh-Equipment
- ✓ **BUDGET** € – €€
- ✓ **AUFWAND** mittel



TIPP:

- Schauen Sie für die Grundausstattung z.B. nach Spenden oder machen Sie einen Aufruf bei Kleinanzeigen und Altkleidersammlungen.

Die Lieblingsjeans hat ein Loch? Der Pulli ist verfärbt? Im Repaircafé wird Kleidung ein zweites Leben eingehaucht und damit deren Lebenszyklus verlängert. Ein Repaircafé fungiert als Lernort für Reparatur- und Handarbeitstechniken. Zugleich wird dort ganz praktisch ein neues Wertebewusstsein für Kleidung vermittelt, das durch gemeinsames Tun direkt in Hand und Fuß übergeht. Es lässt sich daher auch mühelos in den Textil- oder Kunstunterricht integrieren.

Zur Durchführung benötigen Sie als Grundausstattung etwa vier Nähmaschinen, ein Bügeleisen und -brett, Zubehör wie Nähgarn, Knöpfe, Scheren, Nahtauffrenner, Schneiderkreide und Lineale, Papier sowie evtl. Reststoffe. Die Schüler*innen bringen eigene Reparatur- und Nähprojekte mit. Wichtig ist, dass die Person, die das Repaircafé betreut, über ausreichende Nähfertigkeiten verfügt.

Findet das Repaircafé außerhalb des Unterrichts statt, kann ein Ort entstehen, an dem Schüler*innen der ganzen Schule zusammenkommen und auf unterhaltsame Weise eine neue Beziehung zu ihren Klamotten aufbauen.



Foto © Megan Auer

17

TEXTILDRUCK-AKTION: DRUCK MACHEN!

- ✓ ZIEL Aufmerksamkeit – Aktivismus – Upcycling – Kompetenzerwerb
- ✓ VORLAUFZEIT ⌚
- ✓ ORT Präsenz
- ✓ RESSOURCEN Plakate – Textilfarbe – Equipment
- ✓ BUDGET € – €€
- ✓ AUFWAND mittel

Aufdrucke auf Taschen, T-Shirts oder Bannern bringen politische Meinungen auf den Punkt und geben Denkanstöße. Zugleich werten sie alte Textilien auf.

Eine Textildruck-Aktion können Sie mit Ihren Schüler*innen im Kunstunterricht oder im Rahmen eines Aktionstages planen und umsetzen. Die einfachste Umsetzungsoption ist wohl der Kartoffeldruck. Dazu schnitzen Sie in die Schnittflächen halbiertes Kartoffeln Druckschablonen und tunken diese anschließend in Textilfarbe. Das ist kostengünstig und einfach umgesetzt, allerdings geht diese Variante mit Lebensmittelverschwendung einher. Für größere Motive können Sie auch auf Linolplatten zurückgreifen. Vielleicht gibt es an Ihrer Schule oder in der Stadt auch eine Siebdruck-Werkstatt, die Sie nutzen können?

Überlegen Sie im Vorfeld mit Ihren Schüler*innen, welche Motive gedruckt werden, und fertigen Sie gemeinsam Schablonen an. Denken Sie bei der Auswahl des Raumes auch daran, dass Sie Platz zum Trocknen der Textilien benötigen und ein Waschbecken, um die Werkzeuge zwischendurch zu säubern.



Foto © Marie-Lenssen-Berufskolleg, Abt. Modeschule Mönchengladbach



TIPP:

- Schauen Sie nach Kooperationen mit Siebdruckwerkstätten, Repaircafés oder nachhaltigen Modelabels in Ihrer Stadt.
- Erweitern Sie die Siebdruckaktion und organisieren Sie Nähmaschinen zum Aufbringen von selbst erstellten Patches auf Kleidungsstücken oder zum Sticken.
- Ihre Schüler*innen finden Graffiti spannender als Druck? Dann nutzen Sie doch Textilfarben aus der Sprühdose.
- Nehmen Sie eine Demonstration oder den Rana-Plaza-Gedenktag zum Anlass Ihrer Aktion. Beispiele für [Aktionstage](#) finden Sie im Anhang.

POSTKARTEN-GESTALTUNG

POSTKARTEN-GESTALTUNG: DIE STIMME HÖREN LASSEN!



- ✓ ZIEL Multiplikator*innenwirkung – Öffentliche Aufmerksamkeit – kreativer Prozess
- ✓ VORLAUFZEIT ⌚
- ✓ ORT Digital – Präsenz
- ✓ RESSOURCEN Laptop – Design-Software oder Schreibprogramm
- ✓ BUDGET € – €€
- ✓ AUFWAND mittel

Im digitalen Zeitalter ist eine Postkarte im Briefkasten eine echte Besonderheit – und fällt entsprechend auf. Die eigene Gestaltung lässt Spielraum für persönliche (Urlaubs)grüße wie auch politische Botschaften.

Verständigen Sie sich mit Ihren Schüler*innen auf einen Themenschwerpunkt und sammeln Sie Inspirationen in Magazinen, im Internet oder in Ausstellungen. Für die Gestaltung des Designs eignen sich neben Grafik- auch Schreibprogramme. Hier können Sie entweder auf Vorwissen einiger Schüler*innen zurückgreifen oder selbst eine kurze Einführung geben. Steht das Postkartendesign, benötigen Sie nur noch eine Druckerei, in der die Postkarten gedruckt werden können. Im Internet gibt es zahlreiche kostengünstige Anbieter – achten Sie bei der Auswahl auf Nachhaltigkeit bezüglich Papier- und Farbauswahl.

Nun können die fertigen Postkarten im Freundes- und Verwandtenkreis oder bei Veranstaltungen verteilt werden. Vielleicht verbinden Sie die Postkartenerstellung auch mit einer kleinen Schreibaktion im Rahmen des Unterrichts, bei der Schüler*innen z.B. themenspezifische Texte oder Gedichte schreiben und mit den Postkarten versenden?

TIPP:

- Nutzen Sie die Rückseite der Postkarten für kurze und einprägsame Informationen. Ein [Beispiel zum Download](#) finden Sie bei der Studierendeninitiative einleuchtend e.V. Mit einfachen Mitteln wie Scanner und Handzeichnungen und teils kostenfreien Programmen lassen sich Designs erstellen. Vielleicht hat Ihre Schule auch Lizenzen für Grafikprogramme, die Sie nutzen können?
- Inzwischen bieten viele Druckereien einen ökologischen Druck an.



Foto © Astrid Priethan

FAIRSCHENK-AKTION



FAIRSCHENK-AKTION: AUS ALTEM NEUES MACHEN!

- ✓ ZIEL Kreativer Prozess – Kritischer Konsum – Upcycling
- ✓ VORLAUFZEIT ⌚ ⌚
- ✓ ORT Präsenz
- ✓ RESSOURCEN Bastelmaterialien je nach Thema
- ✓ BUDGET € – €€
- ✓ AUFWAND mittel

Vor allem in der Weihnachtszeit steigt der Konsum und es entsteht viel Müll durch Onlinebestellungen und Weihnachtsmärkte. Doch es geht auch anders! Im Rahmen einer FAIRschenk-Aktion erstellen Ihre Schüler*innen und Sie nachhaltige Geschenke und treten so dem Shoppingwahn entgegen.

Hierzu gibt es viele Möglichkeiten, wie textiles Upcycling, Recycling oder Neugestaltung. Überlegen Sie gemeinsam ein Gesamthema und wie Sie vorgehen wollen. Gegebenenfalls bereiten sie schon einmal Beispiele vor, um zu zeigen, wie ein Ergebnis aussehen könnte. Überlegen Sie mit Ihren Schüler*innen, was Sie an Materialien benötigen, was davon bereitgestellt werden kann und was die Teilnehmer*innen selbst mitbringen können.

Das gemeinsame Basteln verbindet einen kreativen Austausch untereinander mit politischer Wirksamkeit. Denn jedes Geschenk, das nicht eigens gekauft wird, verringert den ökologischen Fußabdruck und ist ein Beitrag zu einem ressourcenschonenden Weihnachten!

TIPP:

- Überlegen Sie sich Geschenkideen, deren Zeitaufwand zu ihrer Durchführung passen, sodass die Schüler*innen mit fertigen Produkten nach Hause gehen. Vergleichsweise einfach wäre beispielsweise das Nähen von Scrunchies oder Brotbeuteln oder Techniken wie Batik und Furoshiki. Wenn Ihnen mehr Zeit zur Verfügung steht, können Projekte natürlich auch komplexer sein.
- Viele praktische und inspirierende Ideen finden Sie im Internet.

Nicole van Rahden ist Lehrerin am Hildegard-von-Bingen-Gymnasium in Köln, einer Fairtrade-School mit dem Schwerpunktthema Faire Mode. Sie unterrichtet die Fächer Englisch, Geschichte und Praktische Philosophie und leitet die Weltbürger-AG, in der Upcycling betrieben und das Thema Fair Trade an der Schule vorangebracht wird. Gemeinsam mit anderen Lehrkräften hat sie einen AK Nachhaltigkeit an der Schule aufgebaut.

Welche Rolle spielt Engagement für Nachhaltigkeitsthemen an der Schule?

Am Hildegard-von-Bingen-Gymnasium (HvB) in Köln spielt Engagement für Nachhaltigkeitsthemen mittlerweile eine große Rolle. Es gibt mehrere AGs zu unterschiedlichen Bereichen von Nachhaltigkeit. Beispielsweise wurde ein Schulgarten aufgebaut, der in den Biologieunterricht integriert wurde. Zudem gibt es einen Schulzoo, und Mülltrennung sowie Energieeinsparung spielen im Schulalltag eine wichtige Rolle. Seit einem Jahr treffen sich engagierte Kolleg*innen in einem Arbeitskreis zum Thema Nachhaltigkeit, den wir nun auch für Eltern und Schüler*innen öffnen, um am HvB gemeinsam noch mehr in Richtung Nachhaltigkeit bewegen zu können.

Das HvB ist seit 2018 eine Fairtrade-School, in der bis zu Beginn der Pandemie in den Pausen faire Produkte verkauft wurden. Wir überlegen gerade, in welcher Form wir das wieder aufleben lassen können. Seit 2012 nimmt das HvB erfolgreich am Landesprogramm „Schule der Zukunft - Bildung für nachhaltige Entwicklung“ (SdZ) teil. Seit letztem Jahr bin ich bei SdZ Mitglied des Regionalteams Köln und kann meine Erfahrungen aus dieser Arbeit in die Schule einfließen lassen.

Wie kann Engagement von Schüler*innen aussehen?

Engagement von Schüler*innen kann ganz vielfältig und durchaus kreativ aussehen. Durch die Workshops der Weltbürger AG am HvB ist der Wunsch vieler Schüler*innen entstanden, sich für das Thema Frauenrechte und Fairtrade einzusetzen. Im Rahmen meines Fachs Praktische Philosophie haben wir beispielsweise ein Lied zu dieser Thematik geschrieben. Durch Unterstützung von Musiker*innen und einem breiten Netzwerk an Engagierten entstand der Song „So ein Leben“, der beim Cologne Song Contest nominiert war. Das Lied wurde auf CD gebrannt und weitere Aufführungen fanden statt. Die Schüler*innen und Zuhörer*innen waren von dem Lied so berührt, dass noch im gleichen Jahr die Idee aufkam, ein Musikvideo zu realisieren. Ziel war es, das Thema zu visualisieren, um es für ein breiteres Publikum nachfühlbar und verständlich zu machen. Zur Realisierung konnten wir eine Regisseurin und eine Szenenbildnerin von WIR MACHEN FILM gewinnen. Das entstandene Musikvideo soll nun im Unterricht am HvB eingesetzt und auf diversen Plattformen veröffentlicht werden.

INTERVIEW

Im Fall des Videos konnte ich die Schüler*innen durch den Besuch der Aktivistinnen Kalpona Akter aus Bangladesch und Khin Nilar Soe aus Myanmar motivieren; dieser Besuch wurde mit der Unterstützung von FEMNET realisiert. Sie schilderten, wie sie selbst mit zwölf Jahren als Näherinnen unter schrecklichen Bedingungen arbeiten mussten. Man hörte noch Tage danach auf dem Schulhof, wie Schüler*innen sich darüber unterhalten haben. Ihnen durch die persönlichen Geschichten der Näherinnen zu verdeutlichen, wie es am anderen Ende der Lieferkette aussieht, regt sie zu einem bewussteren Umgang mit Kleidung an und auch dazu, sich dafür einzusetzen, dass sich die Umstände in der Lieferkette verbessern. Wichtig ist mir dabei, nicht mit erhobenem Zeigefinger vorzugehen, sondern Kalponas Botschaft zu vermitteln: „Don't feel guilty! It is not your fault! Change your guilt into anger and raise your voices to be heard!“ Wir haben zudem mehrere Modenschauen organisiert – sogar im Rautenstrauch-Joest-Museum in Köln im Rahmen der Ausstellung „Fast Fashion – die Schattenseite der Mode“. Das war ein aufregendes Erlebnis für die Schüler*innen und sie haben gemerkt, dass nachhaltige Kleidung sehr attraktiv sein kann.

Es braucht zeitliche Räume für das Engagement. Das Curriculum ist so dicht bepackt, dass im regulären Unterricht kaum Zeit für Projekte ist. In Praktische Philosophie bin ich etwas freier bzw. kann die Themen gut in die geforderten Fragenkreise einbinden. In meiner Weltbürger-AG sind wir glücklicherweise ganz frei. Eigentlich würden wir nun gerne eine Schüler*innenfirma gründen, aber dazu bräuchten wir einfach mehr Zeit.

Durch unsere Arbeit im Bereich öko-faire Mode konnten wir das Bewusstsein für dieses Thema bei vielen Kindern der Schule wecken. Wenn ich heute Schüler*innen sehe, die mit Stolz ihre sehr coole Vintage-Kleidung tragen, freue ich mich immer sehr. Besonders habe ich mich gefreut, dass Schüler*innen, die Kalpona und Soe erlebt haben oder in meinem Unterricht waren, teilweise bei den Modenschauen mitgelaufen sind und sogar eine eigene Schulkollektion mit öko-fairer Kleidung erstellt haben. Ich hatte mit dieser Aktion nichts zu tun. Die Kinder sagten mir, das sei für sie selbstverständlich gewesen. So soll es sein!

Das Engagement für ein nachhaltigeres Leben fängt mit einem selbst an. Wie wir alle wissen, erziehen wir in erster Linie mit dem, was wir vorleben. Zu sehen, dass die eigenen Schüler*innen diese Werte übernehmen und sich selbst engagieren, gibt der Arbeit eine Sinnhaftigkeit, die einen immer wieder antreibt.

Wie gelingt es Ihnen, Schüler*innen zu Engagement zu motivieren?

Welche Rahmenbedingungen braucht es für das Engagement von Schüler*innen?

Welche Rolle spielt die Verankerung von BNE im Unterricht für einen nachhaltigeren Umgang mit Kleidung?

Was möchten Sie engagierten Lehrkräften mit auf den Weg geben?



→ DAS VIDEO ZU „SO EIN LEBEN“ ONLINE ANSCHAUEN!

VERANSTALTUNGSFORMATE

Filmabende, Workshops oder Kleidertauschpartys sind gute Formate, um eine Auseinandersetzung zu Themen rund um Mode und Menschenrechte anzuregen – nicht nur für das Publikum, sondern auch für die Organisierenden.

Die gemeinsame Vorbereitung einer Veranstaltung fördert nicht nur den Erwerb von organisatorischen Kompetenzen und die gemeinsame Übernahme von Verantwortung, sondern führt in der Regel auch zu einer inhaltlichen Annäherung, indem Inhalte zielgruppenspezifisch aufbereitet werden. Die Diskussion von Lösungsansätzen und das Aufzeigen von persönlichen und politischen Gestaltungsmöglichkeiten geben weiterführende Denkanstöße und vermitteln Handlungskompetenzen.

Über die umgesetzten Projekte kann die organisierende Gruppe darüber hinaus Kontakte zu Expert*innen und Akteur*innen aus der Praxis knüpfen, die beispielsweise für Praktika relevant sein könnten. Je nach Veranstaltung können ganz unterschiedliche Zielgruppen in Frage kommen: Mitschüler*innen, Eltern, Lehrkräfte oder auch die Öffentlichkeit insgesamt.

Im Interview auf Seite 28 teilt Miriam Albrecht, Referentin bei MÖWe - Amt für Mission, Ökumene und kirchliche Weltverantwortung der Evangelischen Kirche von Westfalen, ihre Erfahrungswerte zum Engagement von Schüler*innen.

KLEIDERTAUSCH: RESSOURCEN SPAREN!

- ✓ **ZIEL** Handlungsräume schaffen – Aktive Beteiligung – Befähigen
- ✓ **VORLAUFZEIT** ⌚
- ✓ **ORT** Präsenz
- ✓ **RESSOURCEN** Räumlichkeit, Kleiderstangen, Spiegel, Kleiderbügel, Tische, Umkleide
- ✓ **BUDGET** €
- ✓ **AUFWAND** gering



Gerade Jugendliche neigen dazu, sich modisch auszuprobieren: Die Lieblingsband auf dem T-Shirt hat sich geändert. Die Hose ist gut in Schuss, aber die Farbe gefällt nicht mehr. Der neue Trend für den Sommer ist so ganz anders als das Kleid aus dem letzten Jahr. Oder Kleidung passt schlichtweg nicht mehr. Statt jedes Mal Neues zu kaufen, kann im Rahmen eines Kleidertauschs gut erhaltenes neue Liebhaber*innen finden und der*die Spender*in sich selbst neu erfinden.

Die Idee hinter einem Kleidertausch ist simpel: Das Weiterreichen von Kleidung spart Ressourcen und verlängert die Nutzungsdauer. Gleichzeitig macht das Tauschen Spaß und peppt den Kleiderschrank auf. Und das, ohne dass jemand Geld dafür ausgeben muss.

Ein Kleidertausch ist schnell und unkompliziert organisiert und eignet sich gut als gemeinsame Aktion im Rahmen des Klassenverbands oder während eines Schulfestes. Im Vorfeld müssen ausreichend Kleiderbügel, Tische und Kleiderstangen organisiert sowie ein Konzept entwickelt werden, wie viele Kleidungsstücke jede Person mitbringen darf. Wenn der Kleidertausch gut angekommen ist, spricht nichts dagegen, daraus eine dauerhafte Sache zu machen. Entweder in Form einer Veranstaltungsreihe – oder auch in Form eines festen Ortes, an dem Kleidung getauscht werden kann.

TIPP:

- Es benötigt Zeit, eine Veranstaltung bekannt zu machen. Daher sollte rechtzeitig und genügend Werbung gemacht werden.
- Im Internet findet sich eine **→Checkliste** mit den wichtigsten Informationen zur Organisation eines Kleidertauschs.
- Um den Tausch persönlicher zu machen, können Sie mit den Schüler*innen Etiketten für die Kleidungsstücke zuschneiden und beim Kleidertausch ausgeben. Auf diese Etiketten kann etwas zum Kleidungsstück geschrieben werden.
- Überlegen Sie vorab, was mit übrig gebliebener Kleidung geschieht. Vielleicht kann diese an eine wohltätige Organisation gespendet werden?
- Musik und Snacks sorgen für gute Laune beim Tauschen.
- Durch Plakate, Inputs, Ausstellungen und/oder Filme kann im Rahmenprogramm über die Herausforderungen in der Bekleidungsindustrie aufgeklärt werden.



TIPP:

- Wenn Sie mit FEMNET kooperieren möchten, bitten wir Sie, uns nach Möglichkeit 4-6 Wochen vor dem Termin zu kontaktieren. Bei kürzeren Vorlaufzeiten wird es schwieriger, eine passende Referent*in zu vermitteln.
- Im Rahmen eines Nachhaltigkeitstages können Sie den Workshop auch mit einer praktischen Aktion wie einer Postkartenaktion kombinieren. Inspirationen gibt es z.B. im Kapitel **→Kreativ und Aktiv.**
- Beispielthemen für FEMNET-Workshops sind Arbeitsbedingungen und Frauenrechte in der Textil- und Bekleidungsindustrie, das deutsche Lieferkettengesetz oder Klimafolgen von Kleidung.

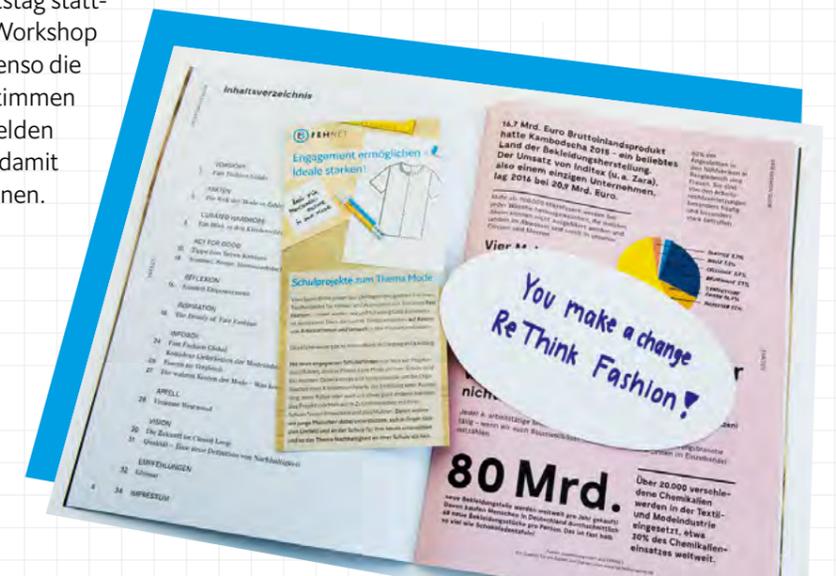
WORKSHOPS: WISSEN TEILEN!

- ✓ **ZIEL** Wissens- und Bewusstseinsbildung – Handlungsmöglichkeiten diskutieren – Perspektiven reflektieren
- ✓ **VORLAUFZEIT** ⌚
- ✓ **ORT** Präsenz – Digital
- ✓ **RESSOURCEN** Plakate – Beamer – Leinwand
- ✓ **BUDGET** € – €€
- ✓ **AUFWAND** gering

Themen rund um Globalisierung und Menschenrechte können gut am Beispiel der Textil- und Bekleidungsindustrie bearbeitet werden. Fehlt Ihnen selbst die Zeit oder Expertise, bringen Sie die Themen trotzdem auf den Lehrplan, z.B. mit einem Workshop von FEMNET.

Lernen ist ein kumulativer Prozess. Informationen und Impulse entfalten ihre Wirkung, indem sie in unterschiedlichen Kontexten gehört werden und aufeinander aufbauen. Der Kontext des einzelnen Lernmoments ist somit immer mitzudenken. Für das Thema Faire Textilien bedeutet das, dass die Informationen, die in Bildungsworkshops vermittelt werden, einerseits an bereits bekannte Inhalte aus bspw. dem Erdkunde-Unterricht anknüpfen können und/oder gleichzeitig die Grundlage zukünftiger Lernprozesse sein können. Der für sich stehende Workshop mag so als weniger relevant erscheinen – eine Studie von VENRO zu Wirkungsorientierung in der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit hat jedoch ergeben, dass gerade Kurzveranstaltungen von 2 – 4 Schulstunden für Schüler*innen zur Initialzündung werden können, um ihr Handeln nachhaltiger zu gestalten.

Workshops können sowohl im Rahmen des Unterrichts als auch an einem Projekt- oder Nachhaltigkeitstag stattfinden. Die Themenschwerpunkte für den Workshop können individuell abgestimmt werden, ebenso die Ausgestaltung (Dauer und Interaktivität). Stimmen Sie sich mit ihren Schüler*innen ab und melden sich bei FEMNET über das Kontaktformular, damit wir alles Weitere mit Ihnen besprechen können.





FILMABEND: HINSCHAUEN!

- ✓ **ZIEL** Wissens- und Bewusstseinsbildung – Handlungsmöglichkeiten diskutieren – Perspektivwechsel
- ✓ **VORLAUFZEIT** ⌚ ⌚
- ✓ **ORT** Digital – Präsenz
- ✓ **RESSOURCEN** Beamer – Leinwand – Kabel – Stühle – Filmlizenz
- ✓ **BUDGET** € – €€€
- ✓ **AUFWAND** mittel

Der Spielfilm *Made in Bangladesh* (2019), die Dokumentation *RiverBlue* (2017) oder der Klassiker *The True Cost* (2015) ... Es gibt viel Filmmaterial, das Einblicke in die globale Textil- und Bekleidungsindustrie vermittelt. Im Rahmen eines Filmabends können Sie diese Filme gemeinsam mit Ihren Schüler*innen auf die Leinwand bringen. Und das ist durchaus wirkungsvoll, denn Bilder sagen häufig mehr als Worte!

Ein Filmabend ist die perfekte Verbindung von Unterhaltung und Fortbildung. Er ist in der Regel recht unkompliziert organisiert, zugleich erreichen Sie damit Schüler*innen, die wenig Lust auf klassische Workshopformate haben. Ein anschließendes Filmgespräch, z.B. mit Expert*innen oder vielleicht sogar den Filmemacher*innen, bietet die Möglichkeit, Inhalte zu vertiefen, gemeinsame Schlussfolgerungen zu ziehen und Alternativen zu entwickeln.

Vielleicht gibt es Kinos in der Nähe, die Sie für den Filmabend gewinnen können? Ansonsten tut es auch ein Klassenraum oder die Aula. Hauptsache der Raum lässt sich gut abdunkeln, damit wirklich Kinoatmosphäre aufkommt. Selbstgemachtes Popcorn und Getränke runden das Erlebnis ab.

Filme finden Sie in der
→ **Materialdatenbank**
von **FEMNET!**



Foto © FEMNET

TIPP:

- Planen Sie bei einer Erstveranstaltung genügend Vorlaufzeit ein und beginnen Sie rechtzeitig mit der Bewerbung.
- Achten Sie darauf, dass bei öffentlichen Veranstaltungen Lizenzgebühren anfallen können. Kontaktieren Sie hierzu vorher die Produktionsfirmen oder den Filmverleih, um rechtlich abgesichert zu sein, oder leihen Sie Filme über Anbieter wie das evangelische Zentrum für entwicklungsbezogene Filmarbeit (EZEf). Oftmals gelten für Filme, die im Bildungskontext gezeigt werden, Ausnahmen von Lizenzgebühren.

FAIRER STADTRUNDGANG: FAIR VOR ORT!



- ✓ **ZIEL** Wissens- und Bewusstseinsbildung – Kritischer Konsum – Perspektivwechsel – Handlungsmöglichkeiten aufzeigen
- ✓ **VORLAUFZEIT** ⌚ ⌚ ⌚
- ✓ **ORT** Präsenz
- ✓ **RESSOURCEN** Stadtkarte – Kooperationspartner*innen – Stadtführer*in
- ✓ **BUDGET** € – €€€
- ✓ **AUFWAND** hoch

Manches in unserer Umgebung übersehen wir im Alltag: Den Umsonstladen in der Seitenstraße, die Änderungsschneiderei, die seit jeher die gleiche Einrichtung hat, oder den kleinen Fair Fashion-Laden mit ausgewähltem Sortiment. Doch einmal darauf hingewiesen, nehmen wir die Möglichkeiten eines nachhaltigen Konsums, der sich vor Ort bietet, wahr.

Mit der gemeinsamen Konzeption eines fairen Stadtrundgangs können Sie den Schüler*innen eine andere Perspektive auf ihre Lebenswelt und gleichzeitig direkte Handlungsmöglichkeiten in ihrem Umfeld aufzeigen. Diese Aktion benötigt ausreichend Vorlaufzeit, lässt sich aber im Rahmen des Unterrichts oder einer Aktionswoche gestalten. Sobald das Konzept steht, kann der Stadtrundgang mit wenig zusätzlichem Aufwand wiederholt werden. Haben die Schüler*innen eine Route und die Stationen geplant, können Sie mit der Werbung für den Stadtrundgang loslegen.

Während des Rundgangs sorgen eine lockere Atmosphäre und Bewegung dafür, dass die Schüler*innen mit den Teilnehmer*innen und Gastgeber*innen in den Läden ins Gespräch kommen, sich vernetzen oder Wissen und Tipps austauschen.

TIPP:

- Achten Sie auf abwechslungsreiche Stopps. Hierbei kann es sich um Kleidungsgeschäfte, Repaircafés, Secondhandläden, Verwertungsstellen, Upcycling-Projekte usw. handeln.
- Beenden Sie den Rundgang an einem Ort, der ein reflektierendes Abschlussgespräch zulässt, damit das Erlebte nicht einfach verhallt.
- Sprechen Sie mit Betreiber*innen von Geschäften oder Sammelstellen, ob diese Sie unterstützen möchten und z.B. Einblicke in ihre Arbeit gewähren.
- Machen Sie die Route nicht zu lang, damit die Schüler*innen und Teilnehmer*innen nicht müde werden. Für die Route können Sie etwa 1,5 Stunden einplanen – das sind nicht mehr als drei oder vier Stationen.
- Berücksichtigen Sie die Witterungsbedingungen und planen Sie die Durchführung entweder im Sommer oder eine Route mit ausreichend Stopps in geschlossenen Räumen.
- Bedenken Sie bei der Terminplanung die Öffnungszeiten der jeweiligen Orte, die Sie im Rahmen des Stadtrundgangs besuchen möchten. Absprachen vorab sind unbedingt notwendig, auch bezüglich der möglichen Gruppengröße.
- Apps wie Actionbound bieten eine digitale Möglichkeit für Stadtrundgänge, sind jedoch mit Kosten verbunden.
- Vielleicht gibt es bei Ihnen auch schon Anbieter „fertiger“ Stadtrundgänge. FEMNET bietet in NRW z.B. → **Stadtrundgänge zum Themenschwerpunkt Klima & Kleidung** an. Damit wird Ihnen viel Arbeitsaufwand abgenommen.



Foto © Astrid Piethan



VORBILD MITSCHÜLER*IN: VONEINANDER LERNEN!

- ✓ ZIEL Aufmerksamkeit an der Schule – Spielerisch Lernen – Kritischer Konsum
- ✓ VORLAUFZEIT ⌚ ⌚
- ✓ ORT Präsenz
- ✓ RESSOURCEN Kopien
- ✓ BUDGET €
- ✓ AUFWAND mittel

Schüler*innen sind über die sozialen Medien, ältere Geschwister oder Freunde oft schon gut über nachhaltiges Verhalten informiert. Vielleicht praktizieren sie auch bereits Kleidertausch, kaufen Secondhand-Kleidung oder achten auf ein mikroplastikarmes Waschen oder andere nachhaltige Praktiken.

Spiele Methoden wie Rallyes oder Bingos verbinden die Herausforderung alternative Handlungsweisen zu erkunden mit Wettbewerb. Schüler*innen können dabei ganz neue Aspekte ihrer Altersgenoss*innen herausfinden und sich davon mitreißen lassen.

Eine Projektgruppe widmet sich der Erstellung von Aufgaben, die zu lösen sind. Das können bei einem Bingo simple Fragen sein, wie „Finde jemanden, der*die schon einmal secondhand gekauft hat“ und tausche dich mit ihm*ihr über seine*ihre Beweggründe aus. Oder es können bei einer Rallye etwas komplexere Aufgaben sein, wie „Drehe ein 30-Sekunden-Video zu deinem Lieblingskleidungsstück“ oder „Schreibe einen Brief an die Arbeiter*innen, die die Kleidung genäht haben, die du heute trägst“. Der Phantasie sind hier keine Grenzen gesetzt, höchstens durch das Zeitfenster, das für die Erfüllung der Aufgaben zur Verfügung steht, und den Ort, an dem die Aktion stattfinden soll.

Für ein Bingo lässt sich gut ein Arbeitsblatt mit einer Matrix erstellen, in der die Fragestellungen notiert sind. Die Antworten oder die Namen der Personen, auf die eine Frage zutrifft, werden in die Kästchen eingetragen. Wer eine Reihe komplett ausgefüllt hat, ruft Bingo und hat gewonnen.

Die eigentliche Durchführung kann im Klassenverband oder auch im Rahmen eines Schulfests stattfinden.

TIPP:

- Für die Erstellung der Arbeitsblätter können Sie jedes Textverarbeitungsprogramm nutzen.
- Je mehr Akteur*innen der Schule oder Stadt eingebunden sind, umso abwechslungsreicher das Ganze. Denn neben dem Schulfest bietet sich natürlich auch ein Ausflug in die Innenstadt für die Durchführung an.
- Kein Wettstreit ohne Preis! Denken Sie sich kleine nachhaltige Preise für die Gewinner*innen aus.

FASHION FASTEN: NUTZEN WAS WIR BESITZEN!

- ✓ ZIEL Öffentliche Aufmerksamkeit – Gruppengefühl stärken – Kritischer Konsum
- ✓ VORLAUFZEIT ⌚
- ✓ ORT Digital
- ✓ RESSOURCEN Plakate
- ✓ BUDGET €
- ✓ AUFWAND gering

Sätze wie „Kauf dich glücklich“ suggerieren: Unser Glück liegt im Konsum. Die neue Shorts und das neue T-Shirt mögen zwar kurzfristig unsere Laune steigern, langfristig ist uns damit aber nicht geholfen. Statt schnell das nächste Teil zu bestellen, kann es sich lohnen, andere Wege zum Glückseligkeit auszutesten – am besten gemeinsam!

Fashion Fasten statt Fast Fashion! Unter diesem Motto können Sie im Rahmen Ihres Klassen- oder Schulverbands zu einer Fasten-Challenge für Kleidung aufrufen. Die Idee hierbei ist simpel: Für einen bestimmten Zeitraum verzichten Sie und Ihre Schüler*innen auf den Neukauf von Kleidung. Überlegen Sie gemeinsam mit Ihren Schüler*innen, wie lange die Challenge dauern soll und ob darüber hinaus noch Informationen zum Thema Kleidung aufbereitet werden sollen. Sie können im Rahmen einer Unterrichtsstunde eine gemeinsame Reflexions- und Austauschrunde anbieten: Wie geht es den Schüler*innen mit dem Fasten? Fällt es ihnen schwer? Wofür haben sie mehr Zeit? Und was möchten sie ggf. mit dem ersparten Geld machen? Welche Kleidungsstücke haben neue Aufmerksamkeit erfahren?

Am Ende der Fasten-Challenge heißt es: gemeinsam feiern, z.B. mit einem Klassen-Picknick oder einem Ausflug in eine Ausstellung zum Thema Textil und Kleidung. Und vielleicht geht es für Sie sowie den ein oder die andere Schüler*in ja sogar in die Verlängerung?

TIPP:

- Für den Austausch eignen sich auch Messenger-Dienste: Hier können Sie eine Chat-Gruppe zum Austausch und zur Motivation erstellen. Sicher nutzen Sie an Ihrer Schule auch eigene Plattformen, die hierfür eingesetzt werden können.
- Das Wettbewerbselement spielt bei dieser Aktionsform eine Rolle und motiviert, dabei zu bleiben. Achten Sie darauf, dass Schüler*innen, die die Challenge abbrechen, nicht bloßgestellt werden.
- Sie können das Fashion Fasten um witzige Aufgaben erweitern, z.B. ein Outfit kreieren mit einem Kleidungsstück, das lange nicht mehr angezogen wurde. So kann ein ganzer Aktionsmonat Fair Fashion entstehen.
- Ermutigen Sie Ihre Schüler*innen, die Gedanken während und nach der Challenge schriftlich festzuhalten, damit diese verinnerlicht werden.



Foto © Astrid Piethan

Miriam Albrecht ist Jugendbildungsreferentin der Evangelischen Kirche von Westfalen. Sie leitet das Projekt „Exit Fast Fashion“, das jungen Menschen Alternativen zum System „viel und günstig kaufen – wenig tragen“ aufzeigt.

Beschreiben Sie kurz: Was ist das Ziel Ihrer Bildungsarbeit?

Ziel des Projekts ist es, jungen Menschen von den Problemen in der Textilindustrie zu berichten und sie zu gewinnen, sich insbesondere mit den ökologischen Folgen der Fast-Fashion-Industrie auseinanderzusetzen. Beispielsweise indem sie ihren eigenen Kleiderkonsum überdenken und aktiv werden für einen „Exit Fast Fashion“ – also einen Ausstieg aus dem System des „immer mehr und immer billiger“.

Wie gelingt es Ihnen, Schüler*innen für das Thema „Fast Fashion“ zu sensibilisieren und deren Engagement zu fördern?

Ich versuche die Jugendlichen in ihrer Lebenswelt abzuholen und so für das Thema zu gewinnen. Würde ich ihnen nur ein schlechtes Gewissen machen, würde ich ihre Aufmerksamkeit schnell verlieren. Deswegen versuche ich ein Nachdenken anzuregen, indem unbequeme Fakten auf den Tisch kommen, gleichzeitig aber auch vermittelt wird „Hey, ich verstehe dich...“. Werbung und Influencer*innen vermitteln uns, dass wir den schnell wechselnden Trends folgen müssen, und billige Preise ermöglichen den Zugang zu Mode für alle sozialen Schichten. Das habe ich immer im Hinterkopf, wenn ich mit den Jugendlichen arbeite. Nichtsdestotrotz ist es wichtig, Aufklärungsarbeit zu leisten. Denn vielen sind die Ausmaße der Probleme nicht bekannt und es braucht Auswege aus diesem System und ein Umdenken in der Gesellschaft. Neben dem Aufzeigen der Probleme dürfen ein Ausblick und konkrete Ansatzpunkte für das eigene Handeln aber auf gar keinen Fall fehlen. Ich spreche die Jugendlichen an sowohl als Konsument*innen als auch als Mitgestalter*innen dieser Gesellschaft. Dafür ermutige ich zum Beispiel, weniger oder secondhand zu kaufen, Kleidung besser zu pflegen sowie aktiv zu werden und Druck auf die Politik und Modeunternehmen zu machen. Denn letzten Endes sind sie diejenigen, die Veränderung bringen müssen.

INTERVIEW

Als externe Referentin kann ich den Schüler*innen eine Alternative zum konventionellen Unterricht bieten. Wenn ich für eine Doppelstunde eingeladen werde, sitzen wir meist im Stuhlkreis und die Schüler*innen dürfen mich duzen. Ich versuche klarzumachen: „Das heute soll Spaß machen.“ Ich denke, als außerschulische Bildungspartner*innen haben wir diesen Vorteil, dass wir – auch wenn das Thema innerhalb des Schulgebäudes stattfindet – versuchen können, einen außerschulischen Kontext zu schaffen. Wenn wir das Thema Kleidung nicht faktisch betrachten, sondern auch den eigenen emotionalen Bezug herstellen und Lebensrealitäten von Menschen nahebringen, die bei der Produktion unserer Kleidung beteiligt oder von den Umweltverschmutzungen in Produktionsländern betroffen sind, kann es auch gelingen, die Jugendlichen dazu zu bewegen über einen nachhaltigeren Konsum nachzudenken. Und dann geben wir ihnen Ideen an die Hand, wie sie selbst einmal ausprobieren können, ihren Konsum zu reduzieren oder Kleidung in einem Upcycling-Projekt wiederzuverwerten.

Auch wenn wir als außerschulische Bildungspartner*innen möglicherweise einen Vorteil haben, möchte ich die Lehrkräfte ermutigen, ebenfalls innovative Lernräume zu schaffen. Von der Textarbeit hin zu Bewegung im Klassenraum. In unserem Projekt haben wir viele Materialien und Ideen, die sich, auch wenn es keine klassischen Unterrichtsentwürfe sind, für den Schulkontext eignen. Trauen Sie sich, mal etwas Neues auszuprobieren. Und nehmen Sie die Schüler*innen in ihrer Lebenswelt wahr. Machen Sie selbst mit und geben sie offen zu, wenn auch ihr Kleiderschrank zu voll ist oder Sie nicht immer auf Siegel beim Kleiderkauf achten. Das ist authentisch und die Schüler*innen merken, dass auch Sie nicht perfekt sind, das Thema aber als wichtig erachten und gemeinsam daran arbeiten möchten.

Welche Rolle spielen außerschulische Bildungspartner*innen im Schulkontext, um einen nachhaltigeren Umgang mit Kleidung zu fördern?

Was möchten Sie engagierten Lehrkräften mit auf den Weg geben?



DAUERHAFT AKTIV AN DER SCHULE

Nach einem intensiven Workshop oder einer Aktion im Klassenverband ist die Motivation der Schüler*innen oft groß, weiterzumachen und aktiv zu bleiben. Doch dann kommt der Alltag: Hausaufgaben und Klausuren stehen an, Hobbys und Freunde erfordern Zeit. Schnell lässt die Anfangseuphorie nach und die Pläne für langfristiges Engagement werden verworfen.

Das ist schade, denn Engagement fördert das Gefühl von Selbstwirksamkeit und soziale Kompetenzen wie Empathie und Teamfähigkeit. Sie als Lehrkraft können Schüler*innen in ihrem Engagement unterstützen. Beispielsweise, indem Sie zur Gründung einer Schul-AG motivieren und die Schüler*innen dabei begleiten. Im Rahmen einer AG oder anderen dauerhaften Aktionen können engagierte Schüler*innen ihren Mitschüler*innen Handlungsräume eröffnen und ihrerseits zu Engagement aktivieren.

Im Folgenden stellen wir Ihnen Möglichkeiten vor, die über eine einmalige Aktion hinausgehen und langfristiges Engagement Realität werden lassen. Im Interview mit der Schüler*innen-initiative #changemaker erfahren Sie, was Schüler*innen zu ihrem Engagement motiviert und wie dieses den Schulalltag nachhaltig beeinflusst.



SCHUL-AG GRÜNDEN: EIN TEAM SEIN!

- ✓ ZIEL Öffentliche Aufmerksamkeit – Handlungsräume schaffen – Aktivismus – Vernetzung – Strukturen verändern
- ✓ VORLAUFZEIT ⌚
- ✓ ORT Präsenz
- ✓ RESSOURCEN Raum – Tische – Laptop
- ✓ BUDGET €
- ✓ AUFWAND mittel

Wer etwas verändern will, braucht einen langen Atem. Um sich langfristig gemeinsam für Menschenrechte und Umweltschutz einzusetzen, ist die Gründung einer AG eine gute Lösung. In deren Rahmen können Schüler*innen sich gegenseitig ermutigen und unterstützen. Sie können das Schulleben partizipativ mitgestalten und wichtige Kompetenzen für das Thema Bürgerbeteiligung lernen, die sie ihr Leben lang nutzen können. Neben Aspekten wie Selbstwirksamkeit können aus einer Schul-AG auch Freundschaften oder Netzwerke erwachsen. Das ist für Ihre Schüler*innen auf vielen Ebenen bereichernd.

Wie politisch eine AG arbeiten möchte oder kann, ist sicher von den Teilnehmer*innen und der Schule abhängig. Schüler*innen dürfen in der Regel noch nicht wählen, sind aber trotzdem Bürger*innen dieses Staates: sich für die eigenen Belange einsetzen – in der Schule und darüber hinaus – ist eine wichtige demokratische Botschaft, die in der AG praktisch erprobt werden kann. Die Schule ist ein geeigneter Handlungsspielraum für Experimente und kann dabei ganz nebenbei nachhaltiger werden. Die Engagierten der AG können unter anderem Mitschüler*innen für Ungerechtigkeiten und Klimaschutz sensibilisieren und entsprechende Prozesse an Schulleitung und/oder Elternplegschaft herantragen.

Treten Sie mit einer Gruppe motivierter Schüler*innen an die Schulleitung heran und bitten Sie um einen Raum für die regelmäßigen Treffen. Vereinbaren Sie einen Zyklus, in dem sich die Gruppe trifft, um sich auszutauschen und Aktionen für die Schulgemeinschaft zu planen. Überlegen Sie sich gemeinsam einen passenden Namen für die AG und regen Sie die Schüler*innen an, weitere Mitstreiter*innen zu gewinnen. Schauen Sie sich den Ablauf des Schuljahres an und überlegen Sie, welche [→ Aktions- und Jahrestage](#) oder Schulfeste eine Anknüpfungsmöglichkeit für die Themen der AG bieten. Gemeinsam können öffentlichkeitswirksame Aktionen auf die Beine gestellt, Mitmachevents organisiert oder politische Kampagnen unterstützt werden.

In unserem [→ Ideenpool](#) haben wir Vorschläge für die erste Gruppenstunde, beispielsweise zur Themenfindung gesammelt, und viele spannende Projektideen genannt. Auch hier im Aktionshandbuch werden Sie sicher fündig oder nutzen die [→ Ideenwerkstatt](#) zur Entwicklung einer eigenen Idee.

TIPP:

- Suchen Sie sich Verbündete: Vielleicht gibt es an Ihrer Schule weitere Lehrkräfte, die die Gründung einer Schul-AG unterstützen möchten? Oder es bietet sich eine Zusammenarbeit mit anderen Organisationen an? Überlegen Sie mit den Schüler*innen, welche Zeitressourcen sie für die AG haben, damit das Engagement dauerhaft Freude bereitet.
- Unterstützen Sie ihre Schüler*innen bei der Vernetzung mit anderen Initiativen oder Vereinen. So lassen sich größere Aktionen durchführen und diese können sich gegenseitig entlasten.



Für den fairen Handel engagierte Schulen können sich als [→ Fairtrade-Schools](#) auszeichnen lassen.

VERLEIH- ODER TAUSCHSTATION FÜR KLEIDUNG: SHARING IST CARING!

- ✓ ZIEL Wissens- und Bewusstseinsbildung – Handlungsmöglichkeiten – Ressourcenschonung – Kritischer Konsum – Wertschätzung von Kleidung
- ✓ VORLAUFZEIT ⌚ ⌚ ⌚
- ✓ ORT Präsenz
- ✓ RESSOURCEN Raum – Kleiderschrank – Kleiderbügel – Plakate
- ✓ BUDGET €€
- ✓ AUFWAND hoch



Foto © Astrid Piehhan

Der Abschlussball steht bevor und der eigene Kleiderschrank hat nichts Passendes zu bieten? Eine Verleih- oder Tauschstation für Kleidung kann hier Abhilfe schaffen!

Eigentlich ist die Verleihstation eine Weiterentwicklung der Kleidertauschparty. Auf diese Weise kann nicht nur einmal Kleidung aus dem Fundus der Mitschüler*innen gewonnen werden, sondern eine dauerhafte Alternative für den eigenen Einkauf geschaffen werden.

Als fester Tauschort eignet sich ein Kleiderschrank, eine Kleiderkiste oder ein fester Raum, den Ihre Schüler*innen in der Schule nutzen können. Dann benötigen Sie noch Kleiderbügel und einen ersten Grundstock an Kleidung. Ganz wichtig ist die Zuordnung von Verantwortlichkeiten: Als Team sollten Ihre Schüler*innen die Verleihstelle regelmäßig aufräumen und den Zustand der Kleidungsstücke überprüfen, um einen ansprechenden Ort zu gestalten und zu erhalten.

Wenn auch Kleidung verliehen werden soll, muss der Ort besetzt werden, sodass notiert wird, wer sich etwas geliehen oder zurückgebracht hat. Auch sollte hierfür eine Regelung entwickelt werden, wer unter welchen Bedingungen und für wie lange wie viele Kleidungsstücke ausleihen darf. Eine feste Entleihstation wurde beispielsweise an der Hochschule Osnabrück mit dem [Projekt Faira Moda](#) umgesetzt – warum nicht auch an einer Schule?

TIPP:

- Ein Schrank lässt sich über Gebrauchtwarenläden, Sozialkaufhäuser oder Kleinanzeigen beschaffen. Vielleicht spenden sogar Eltern aus dem Klassenverband einen Schrank?
- Wenn die Tauschstation in einem abgeschlossenen Raum steht, empfiehlt es sich, feste Öffnungszeiten (und einen Schichtdienst) abzusprechen.
- Überlegen Sie gemeinsam mit den Schüler*innen, welche Kriterien gespendete Kleidung erfüllen sollte. Welche Kleidungsstücke werden angenommen? In welchem Zustand muss die Kleidung sein? Wie erfolgt die Wäschepflege?
- Um den Kleiderschrank herum können Sie die Wände mit informativen Plakaten zur Textil- und Modeindustrie schmücken. Hierzu bietet sich die Gestaltung im Rahmen des Unterrichts an.

13

NACHHALTIGES SCHULMERCHANDISING: VERANTWORTUNG #ÜBERNEHMEN!

- ✓ ZIEL Öffentliche Aufmerksamkeit – Aktivierung – Selbstwirksamkeit – Strukturen verändern
- ✓ VORLAUFZEIT ⌚ ⌚ ⌚
- ✓ ORT Präsenz
- ✓ RESSOURCEN Infomaterial
- ✓ BUDGET €€€
- ✓ AUFWAND mittel – hoch

T-Shirts für die Schul-AG, Team-Trikots für die Schulmannschaft oder das Abschlussshirt. In vielen Bereichen der Schule wird einheitliche Kleidung benötigt. Doch wird bei deren Einkauf auf soziale und ökologische Nachhaltigkeitskriterien geachtet?

Zur Vorbereitung können Sie gemeinsam recherchieren, welche Standards es gibt und was diese aussagen. Im Internet finden sich zahlreiche Webseiten, die Sie beurteilen, und auch viele NGOs haben Siegelführer erstellt, die Sie bestellen können. Sammeln Sie mit Ihren Schüler*innen Argumente für (und gegen) die einzelnen Standards und stellen Sie Informationen zu nachhaltigen Herstellern und über Kosten zusammen.

Denn faires Schulmerchandise bietet Vorteile: Neben einem guten (Trage)Gefühl sorgt die Umstellung auf nachhaltige Textilien an der Schule für Aufmerksamkeit. Werden Sie zum Vorreiter und reißen Sie andere mit – vielleicht wird fair und ökologisch dann zum neuen Standard.

Zudem werden Schüler*innen für die mit Textilien verbundenen Problematiken sensibilisiert.



TIPP:

- Präsentieren Sie das neue Shirt im Rahmen einer Veranstaltung, beispielweise einem Filmabend oder einer Vortragsveranstaltung. Das T-Shirt kann auch Anlass für die Lokalpresse sein, einen Artikel über Ihre Schule zu verfassen. Das erhöht die Aufmerksamkeit und bringt andere Schulen auf die Idee, es Ihnen gleichzutun.
- Im Internet finden sich Webseiten, die Sie beurteilen, NGOs bei denen Sie Siegelinformationen herunterladen können und auch weiterführende Informationen zu fairen Merchandise-Artikeln.
- Übersichten über die verschiedenen Nachhaltigkeitsstandards und welche Kriterien diese beinhalten, erhalten Sie unter anderem bei [FEMNET](#) und der [Romero-Initiative](#) – oder auch bei der [Bundesregierung](#).
- Fairtrade hat eine [Informationsseite](#) zum Thema Fairer Merchandise erstellt.

NACHHALTIGES SCHULMERCHANDISING



Foto © #changemaker

Die Schüler*inneninitiative **#changemaker** ist eine nachhaltige Bildungsinitiative des Friedrich-von-Alberti-Gymnasiums aus Bad Friedrichshall. Über 350 Schüler*innen haben sich schon in Aktionen zu den SDGs eingebracht. Die Kernkompetenz ist Fair Fashion.

Was macht ihr in eurer Schüler*inneninitiative und wie engagiert ihr euch im Bereich „Fair Fashion“?

Unsere Bildungsinitiative engagiert sich für die 17 Nachhaltigkeitsziele der UN. Wir haben eigene T-Shirts in Dhaka unter Fair Wear- und GOTS-zertifizierten Bedingungen produzieren lassen und engagieren uns insbesondere im Globalen Süden. Wir haben Partnerschaften in Indien, Sri Lanka, Bangladesch, Ruanda und Nigeria. In Bangladesch unterstützen wir eine Gewerkschaft von Näherinnen und eine Slumschule in Dhaka. Um das Thema Fair Fashion weiter zu verbreiten, haben wir 2019 einen SDG-Jugendgipfel mit dem Hauptthema „Future Fashion“ mit 1100 Besucher*innen organisiert. Außerdem haben wir eine ausleihbare Ausstellung und Fair Lessons zu diesem wichtigen Thema konzipiert. Schüler*innen der #changemaker waren zudem Protagonist*innen in einer SWR-Doku-Reportage zu nachhaltiger Mode im Dezember 2021.

Was motiviert euch zu eurem Engagement im Bereich „Fair Fashion“?

LEO: Mir persönlich ist das Thema faire Mode sehr wichtig, weil wir als Konsument*innen eine Verantwortung haben, was wir kaufen und später tragen. Deshalb ist ein guter Tipp für den Anfang: kaufe nicht immer fünf oder sechs Teile, sondern lieber zwei oder drei, diese aber fair.

AMIRA: Kleidung prägt uns und unser Verhalten. Umso wichtiger ist es, dass wir Menschen mehr Möglichkeiten geben, ihren Kleiderschrank nachhaltiger zu gestalten, um den Näher*innen mehr Lohn und einen besseren Arbeitsplatz zu gewährleisten. Durch #changemaker habe ich einen anderen Blick dazu erhalten.

THISSANY: Die Löhne und Arbeitsbedingungen der Näher*innen sind das dunkle Geheimnis der Modeindustrie. Wir sollten uns mehr damit beschäftigen, was wir kaufen und unter welchen Bedingungen es hergestellt worden ist, um der Unwissenheit vieler Konsument*innen ein Ende zu setzen.

MAJA: Es ist in manchen Ländern nicht selbstverständlich, sich alles kaufen zu können. Durch die Fair Lessons habe ich gelernt, unter welchen Bedingungen Kleidung hergestellt wird, welche Lieferketten ein T-Shirt durchläuft, bis es bei uns ankommt und dass die Herstellung und Leistung der Näherinnen in Europa oft nicht wertgeschätzt wird.

INTERVIEW

Im Zuge des Projektes „Schule als Zukunftsstaat“ 2016 – Wie wollen wir in Zukunft leben? – haben sich verschiedene Schüler*innenfirmen gegründet. Wir gründeten die #changemaker, um das nachhaltigste T-Shirt zu produzieren. 2018 gewannen wir mit unserer Konzeption den Würth Bildungspreis. Wir entwickelten uns weiter zu einer nachhaltigen Bildungsinitiative, um auch andere Schulen auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit mitzunehmen. Hochwertige Bildung und nachhaltiger Konsum waren und sind für uns die wichtigsten SDGs. Daneben steht der faire Handel im Fokus. Wir sind seit 2017 Fairtrade School.

Was waren die ersten Schritte zur Gründung eurer Initiative und wie habt ihr euch weiterentwickelt?

Zum Thema Kleidung haben wir Projekte wie Upcycling-Workshops, Tauschbörsen und Reparaturwerkstätten in den verschiedenen Schuljahren durchgeführt. 2018 besuchten wir unsere Partnerschule in Dhaka, die Gewerkschaft von Taslima Akhter, UNICEF Bangladesch und unseren Produzenten der T-Shirts sowie einen Garnhersteller. In den letzten Jahren konzentrieren wir uns auf die Vermittlung von Fair Fashion durch nachhaltige Unterrichtsstunden, SDG-Talks, nachhaltige Märchen, die in der Grundschule aufgeführt werden, und die Präsenz bei öffentlichen Veranstaltungen. Unsere konzipierte Ausstellung zu Fashion und eine Plakatausstellung zum Rana-Plaza-Unglück wurde schon von verschiedenen Schulen ausgeliehen.

Unterstützung haben wir durch verschiedene Stakeholder in der textilen Kette erhalten. Produzenten, B2B-Firmen, NGOs (FEMNET, CIR, inkota usw.), Stiftungen (SEZ, Würth Stiftung usw.) sowie verschiedene Verwaltungseinrichtungen.

Welche Unterstützung habt ihr bekommen und wo wünscht ihr euch zusätzliche Unterstützung?

Übrigens: Wir werden im Sommer 2023 einen internationalen Jugendgipfel zu verschiedenen Nachhaltigkeitsthemen in Heilbronn durchführen. Hierzu benötigen wir noch Support.

KONTAKT UND WEBSITE:
→ [CHANGEMAKER.FVAG.NET](https://changemaker.fvag.net)

YOUTUBE-KANAL:
→ [WWW.YOUTUBE.COM/CHANNEL/UCLAWNZKLTQPC-CWUMPEGBZW](https://www.youtube.com/channel/UCLAWNZKLTQPC-CWUMPEGBZW)

ANSPRECHPARTNER:
AXEL SCHÜTZ
→ AXSCHUETZ@ONLINE.DE



IDEENWERKSTATT: VON DER VISION ZUR AKTION

Sie wollen mit Ihren Schüler*innen ein Projekt zum Thema faire Mode umsetzen – bei den vorgestellten Aktionsideen war jedoch nichts dabei?

Vielleicht sprudeln die Ideen nur so aus den Jugendlichen heraus, aber es herrscht Ratlosigkeit, wie man vorgehen könnte? Eine Ideenwerkstatt kann helfen, aus vagen Vorstellungen konkrete Aktionen umzusetzen.

Die Ideenwerkstatt ist ein Werkzeug, um von der Feststellung eines Problems zu einer Handlungsoption für die Gruppe zu kommen. Ziel ist es, aus der Ohnmacht herauszufinden und einen Lösungsansatz zu entwickeln, der alle Teilnehmer*innen sowie deren Potential, individuelle Standpunkte und Wünsche mitdenkt. Die Durchführung einer Ideenwerkstatt zu Beginn der Projektarbeit kann somit nicht nur bei der Erarbeitung einer konkreten Aktionsidee helfen, sondern gestaltet deren Entwicklung auch inklusiv.

Als Lehrkraft können Sie diesen Prozess initialisieren, indem Sie thematische Vorarbeit zu den Problemstellungen leisten, mit denen Sie sich im Projekt beschäftigen möchten. Dies kann in Form eines Workshops – möglicherweise durch Externe – oder die Einbeziehung des jeweiligen Themas in den Unterricht stattfinden. Im Hinblick auf die globale Bekleidungsindustrie bieten sich hierzu vielfältige Fächer an wie Erdkunde oder Politik, Religion und Ethik oder auch der Sprach- und Kunstunterricht. Während der Ideenwerkstatt moderieren Sie und unterstützen bei der visuellen Sammlung der Ideen, indem Sie beispielweise Moderationskarten beschriften lassen und diese an einer Stellwand clustern oder Ideen auf einer Tafel sammeln.

Die übliche Ideenwerkstatt verläuft in **drei Phasen**:

1

PHASE 1: PROBLEM- ODER KRITIKPHASE

In dieser Phase geht es darum, alles zusammenzutragen, woran die Schüler*innen im jeweiligen Themengebiet Kritik üben; was ihnen ungerecht erscheint und aus ihrer Sicht ein Problem darstellt. Dabei soll es ausdrücklich noch nicht um Lösungen gehen, sondern nur um die Feststellung der Probleme, die den Schüler*innen besonders nahe gehen. Sammeln Sie diese auf der Tafel oder auf Moderationskarten, damit sie für den nächsten Schritt zur Verfügung stehen. Mögliche Fragen für die Schüler*innen können sein: Was frustriert uns? Wo sehen wir die größten Probleme? Was wollen wir ändern?

2

PHASE 2: UTOPIEPHASE

In der zweiten Phase drehen Sie den Spieß um. Die Schüler*innen sollen die Probleme loslassen und sich völlig auf ihre Vorstellung eines Idealzustands richten. Hier geht es ausdrücklich nicht darum, realistisch zu denken, sondern der Phantasie freien Lauf zu lassen. Wie sehen Arbeitsbedingungen in der perfekten Modeindustrie aus? Welchen ökologischen Ansprüchen entspricht das ideale T-Shirt? Wie arbeiten Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette zusammen. Motivieren Sie Ihre Schüler*innen frei zu denken und durchaus auch unsinnige Vorstellungen zu nennen. Manchmal hilft es, mit einem eigenen Beispiel zu beginnen. Auch hier sollten alle Vorschläge schriftlich festgehalten werden.

PHASE 3: VERWIRKLICHUNGS- ODER REALISIERUNGSPHASE

In der dritten Phase geht es um die Verknüpfung von Kritik und Utopie und die Entwicklung einer konkreten Idee. Hierzu werden zunächst die Ergebnisse der ersten beiden Runden geordnet. Oft gibt es Utopien, die direkt an Probleme anschließen, und es lassen sich zentrale Themengebiete feststellen. Je nach Gruppengröße können sich Kleingruppen bilden, die sich der einzelnen Themen annehmen und diese unter sich diskutieren.

Haben sich die Schüler*innen auf ein Themenfeld geeinigt, können sie nun in der gemeinsamen Diskussion überlegen, was notwendig ist, um der Vision näherzukommen. Hier sollte – entgegen der ersten Phasen – der Alltag der Schüler*innen einbezogen werden. Was können wir hier vor Ort an der Schule dazu beitragen, dass die Probleme behoben werden? Auch hier kann erst einmal groß gedacht und dann schrittweise ein greifbarer Plan entwickelt werden, der sich umsetzen lässt.

Im nächsten Schritt, der Planung einer konkreten Aktion, werden nun konkrete Ziele, Arbeitsschritte und Zuständigkeiten entwickelt und festgehalten. Hierbei hilft Ihnen das Arbeitsblatt zur Erarbeitung der Aktionsideen auf der nächsten Seite, das Sie für Ihre Schüler*innen ausdrucken können.

ARBEITSBLATT – AKTIONSPLANUNG

SCHRITT	LEITFRAGEN	INHALT.....✍
1. WAS IST UNSER ZIEL? KONKRETES UND ERREICHBARES ZIEL FESTLEGEN	<ul style="list-style-type: none"> • Was genau wollen wir mit der Aktion/dem Projekt erreichen? • SMARTe Ziele sind: Spezifisch, Messbar, Aktivierend, Realistisch, Terminiert 	
2. WEN WOLLEN WIR ANSPRECHEN? ZIELGRUPPE(N) UND ADRESSAT*INNEN DER AKTION BESTIMMEN	<ul style="list-style-type: none"> • Wen wollen wir mit unserer Aktion erreichen? • An welche Interessen und welches Vorwissen können wir anknüpfen? 	
3. WAS IST UNSERE BOTSCHAFT? BOTSCHAFT UND INHALT DER AKTION FESTLEGEN	<ul style="list-style-type: none"> • Worum geht es? • Was wollen wir unserer Zielgruppe kommunizieren? 	
4. WAS BRAUCHEN WIR, UM DAS PROJEKT/DIE AKTION UMSETZEN ZU KÖNNEN? RESSOURCENBEDARF, -VERFÜGBARKEIT UND RECHTLICHE FRAGEN KLÄREN	<ul style="list-style-type: none"> • Welche personellen, finanziellen, materiellen, räumlichen und technischen Ressourcen benötigen wir und wo bekommen wir sie her? • Brauchen wir Genehmigungen, Anmeldungen etc. oder müssen wir auf Datenschutz achten? 	
5. WER HILFT UNS? MÖGLICHE KOOPERATIONSPARTNER*INNEN FINDEN	<ul style="list-style-type: none"> • Gibt es mögliche Kooperationspartner*innen, die uns bei der Planung und Umsetzung unterstützen können? • Welche Synergien gibt es? 	

SCHRITT	LEITFRAGEN	INHALT.....✍
6. WIE ERREICHEN WIR UNSER ZIEL? PASSENDE MASSNAHMEN/ AKTIONSFORMEN ÜBERLEGEN	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Maßnahme /Aktionsform ist realisierbar und sinnvoll (unter Berücksichtigung der Ziele, der Zielgruppe(n), der Ressourcen etc.)? • Welche Maßnahme hat eine große (öffentliche) Wirkung? 	
7. WER MACHT WAS? ZUSTÄNDIGKEITEN KLÄREN	<ul style="list-style-type: none"> • Wer trägt die Verantwortung für welche Planungs- und Umsetzungsschritte? • Wer hat welche Kompetenzen und Stärken, die eingebracht werden können? 	
8. WIE GEHEN WIR VOR? ZEIT- UND AKTIONSPLAN AUFSTELLEN	<ul style="list-style-type: none"> • Welche konkreten Schritte fallen für die Vorbereitung und Durchführung an? • Was müssen wir für die Nachbereitung (Evaluation/Wirkungsmessung) vorbereiten und was für die Dokumentation (Fotos, Videos etc.) planen? 	
9. LOS GEHT'S! DURCHFÜHRUNG	<ul style="list-style-type: none"> • Wie können wir flexibel auf Unvorhersehbares eingehen (Probleme im Ablauf, Konflikte, neue Gelegenheiten etc.)? • Wie schaffen wir eine gute Stimmung und achten auf die Bedürfnisse aller Beteiligten? 	
10. WAS WAR GUT? WAS KANN VERBESSERT WERDEN? EVALUATION DER AKTION	<ul style="list-style-type: none"> • Wie hat die Aktion die Zielgruppe erreicht und was hat sie bei ihr bewirkt? • Wie erfolgreich war die Aktion für die durchführende Gruppe und was sind die Lessons Learned? 	
11. ABSCHLUSS GEMEINSAMES FEIERN DER AKTION	<ul style="list-style-type: none"> • Was wollen wir für uns als Gruppe unternehmen, um die Aktion zu würdigen und neue Energie und Motivation zu schaffen? • Welche Überlegungen gab es ggf. bereits während der Planungsphase? 	

AKTIONSTAGE im Laufe des Jahres

8. März, Intl. Frauentag

Gedenktag zur Emanzipation der Frau. Historisch geht der Frauentag auf Proteste vieler Frauen für das Frauenwahlrecht zu Beginn des 20. Jahrhunderts zurück. In Berlin ist der Frauentag ein gesetzlicher Feiertag.

April, Fashion Revolution Week

Gedenkwoche in Erinnerung zum Einsturz der Textilfabrik Rana Plaza. Zur Verbesserung der Bedingungen in der Bekleidungsindustrie werden eine Woche lang Aktionen und Events rund um das Thema Modeindustrie umgesetzt.

22. April, Intl. Tag der Erde/Earth Day

Der Tag der Erde ist ein Gedenktag für den Umweltschutz. Ziel dieses Aktionstages ist es, auf Klima- und Umweltschutz aufmerksam zu machen und Menschen dazu anzuregen, ihr Konsumverhalten hinsichtlich ökologischer Aspekte und Nachhaltigkeit zu überdenken.

24. April, Rana Plaza-Gedenktag

Gedenktag an den Einsturz der Textilfabrik Rana Plaza am 24. April 2013 in Bangladesch. Bei der Katastrophe kamen 1.134 Textilarbeiter*innen ums Leben.

1. Mai, Tag der Arbeit

Gesetzlicher Feiertag, an dem die Arbeiter*innenklasse für ihre Belange demonstriert (historisch z.B. für die Einführung eines Acht-Stundentags oder das Recht auf Gewerkschaftsgründung).

8. Juni, Intl. Tag des Meeres

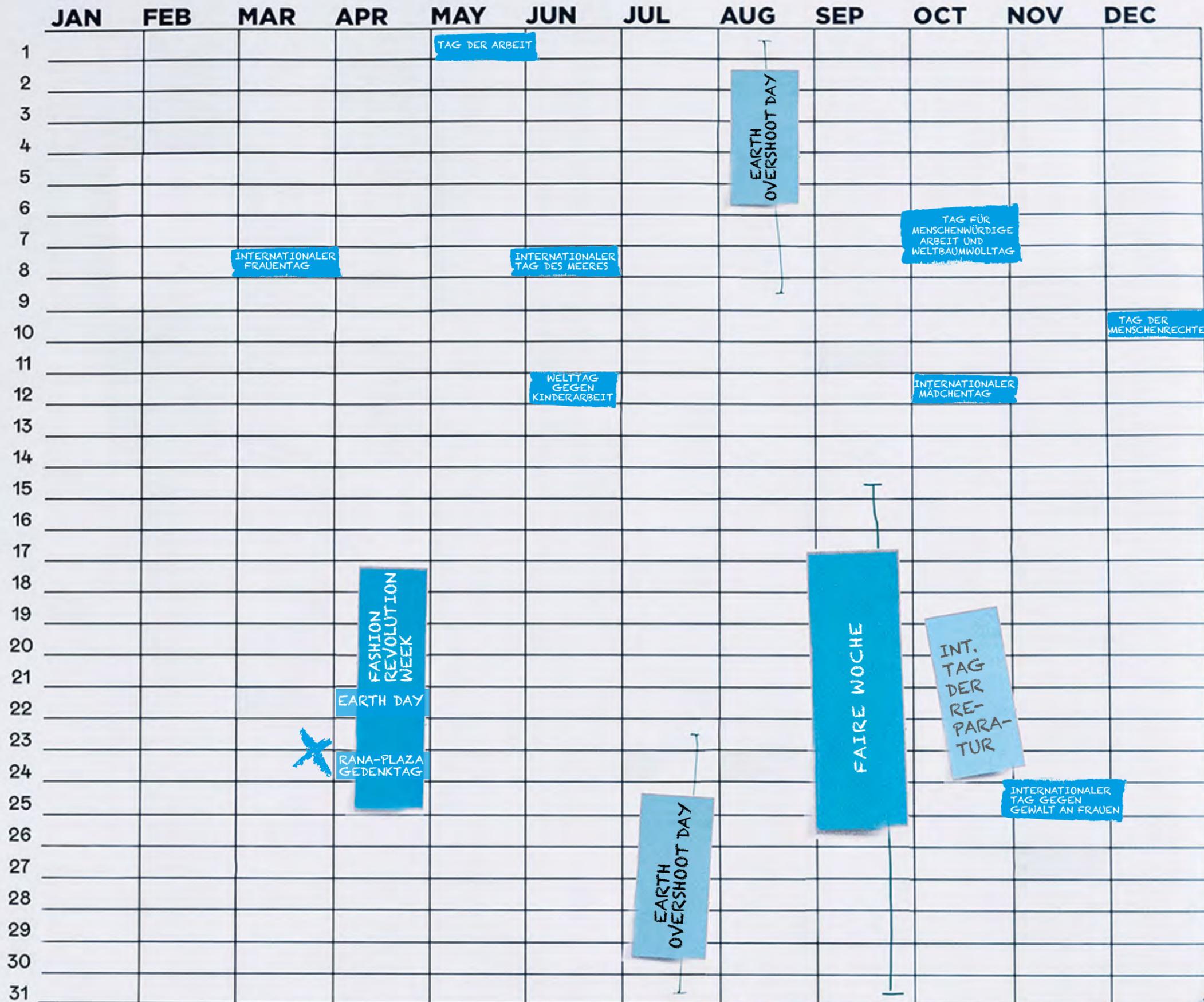
Von der UN verabschiedeter Gedenktag, um auf den Wert und die Bedrohung der Weltmeere aufmerksam zu machen.

Circa Jahresmitte, Erdüberlastungstag/Earth Overshoot Day

Der Erdüberlastungstag ist der Tag, an dem die Menschheit alle natürlichen Ressourcen aufgebraucht hat, die die Erde innerhalb eines Jahres zur Verfügung stellen kann. Der Tag wird jährlich neu berechnet.

Zweite Septemberhälfte, Faire Woche

In der größten Aktionswoche des Fairen Handels in Deutschland werden von verschiedensten Akteur*innen Veranstaltungen und Aktionen zum Mitmachen angeboten.



7. Oktober, Tag für menschenwürdige Arbeit

An diesem Aktionstag treten die Gewerkschaften weltweit für die Herstellung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen ein. Dazu zählen insbesondere ein Verbot der Kinderarbeit, Maßnahmen, die der Benachteiligung von Frauen am Arbeitsplatz entgegenwirken, der Schutz der Umwelt, ein hinreichender Arbeitsschutz der Beschäftigten und eine angemessene soziale Sicherung.

7. Oktober, Weltbaumwolltag

Ein Aktionstag, der 2019 auf Vorschlag westafrikanischer Baumwollproduktionsländer von der Welthandelsorganisation (WTO) ins Leben gerufen wurde. Er soll die wirtschaftliche Bedeutung von Baumwolle und die Millionen von Menschen, die in der weltweiten Baumwoll- und Textilindustrie arbeiten, in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit rücken.

12. Oktober, Intl. Mädchentag

Von der UN verabschiedeter internationaler Aktionstag, an dem auf die Diskriminierung von Mädchen gegenüber Jungen weltweit aufmerksam gemacht wird.

3. Samstag im Okt., Intl. Tag der Reparatur

Dieser Tag wurde 2017 von der Open Repair Alliance ins Leben gerufen und setzt sich zum Ziel, den Wert und die Wichtigkeit des Reparierens zu fördern. Jährlich am dritten Samstag im Oktober. Das genaue Datum lässt sich hier nachschauen: → openrepair.org/

25. November, Intl. Tag gegen Gewalt an Frauen

Von der UN verabschiedeter Gedenktag, an dem das öffentliche Interesse auf die nach wie vor vorherrschende Gewalt gegen Frauen gelenkt und Strategien zur Bekämpfung in den Mittelpunkt gerückt werden sollen.

10. Dezember, Tag der Menschenrechte

Von der UN verabschiedeter Gedenktag zum Andenken an den 10. Dezember 1948, an dem Eleanor Roosevelt vor den Vereinten Nationen in Paris die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte (UN-Menschenrechtscharta) vorlas. Damit wurden erstmals in der Geschichte von den UN-Mitgliedsstaaten Rechte anerkannt, die für alle Menschen gelten, über Grenzen und Kulturen hinweg.

QUELLENANGABEN FACHARTIKEL

Barth, M.; Jugert, P. & Fritsche, I. (2016). Still under-detected – Social norms and collective efficacy predict the acceptance of electric vehicles in Germany. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 37, 64–77.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.

BMUV (2022). Zukunft? Jugend fragen! – 2021. Umwelt, Klima, Wandel – was junge Menschen erwarten und wie sie sich engagieren. → www.bundesregierung.de/breg-de/suche/zukunft-jugend-fragen-2021-2022512.

DeGroot, J. I. & Steg, L. (2008). Value Orientations to Explain Beliefs Related to Environmental Significant Behavior: How to Measure Egoistic, Altruistic, and Biospheric Value Orientations. *Environment and Behavior*, 40(3), 330–354.

Eurostat.eu (2022). Generation of waste by waste category, hazardousness and NACE Rev. 2 activity. Abgerufen am 29.09.2022, von → https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/env_wasgen/default/table?lang=en

Fischer, D.; Böhme, T. & Geiger, S. M. (2017). Measuring Young Consumers' Sustainable Consumption Behavior: Development and Validation of the YCSCB Scale. *Young Consumers*, 3(18), 312–326.

Frick, V.; Matthies, E.; Thøgersen, J.; Santarius, T. (2021). Do online environments promote sufficiency or over-consumption? Online advertisement and social media effects on clothing, digital devices, and air travel consumption. *Journal of Consumer Behavior*, 20(2), 288–308.

Fritsche, I.; Barth, M.; Jugert, P.; Masson, T.; Reese, G. (2018). A Social Identity Model of Pro-Environmental Action (SIMPEA). *Psychological Review*, 125(2), 245–269.

Geiger, S. M.; Fischer, D. & Schrader, U. (2017). Measuring what matters in sustainable consumption: an integrative framework for the selection of relevant behaviors. *Sustainable Development*, 26(1), 18–33.

Geiger, S. M.; Fischer, D.; Schrader, U. & Grossman, P. (2019). Meditating for the planet? Effects of a mindfulness-based intervention study on sustainable consumption behaviors. *Environment and Behavior*, 1–35.

Geiger, S.M. & Keller, J. (2017). Shopping for clothes and sensitivity for the suffering of others: The role of compassion and values in sustainable fashion consumption. *Environment and Behavior*, 1–26.

Grunwald, A. (2010). Wider die Privatisierung der Nachhaltigkeit – Warum ökologisch korrekter Konsum die Umwelt nicht retten kann. *GAIA – Ecological Perspectives for Science and Society*, 19(3), 178–182.

Hamann, K.; Baumann, A. & Löschinger, D. (2016). Psychologie im Umweltschutz: Handbuch zur Förderung nachhaltigen Handelns.

Reuter, L.; Gossen, M. (2021): Klimaschutzengagement junger Menschen. Zwischen individuellen Verhaltensweisen und kollektivem Aktivismus. *Thema Jugend* (Nr. 3/2021), 18–22.

Steffen, W.; Richardson, K.; Rockström, J.; Cornell, S. E.; Fetzer, I.; Bennett, E. M.; Sörlin, S. (2015). Sustainability. Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet. *Science*, 347(6223).

Taylor, D. G.; Strutton, D. (2016). Does Facebook usage lead to conspicuous consumption?: The role of envy, narcissism and self-promotion. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 10(3), 231–248.

Umweltbundesamt (2022). Bio, Secondhand, Nutzungsdauer: Was bei nachhaltigem Umgang mit Kleidung wichtig ist. → www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag/haushalt-wohnen/bekleidung#unsere-tipps.

Wahnbaeck, Groth (2015). Wegwerfware Kleidung. Repräsentative Greenpeace-Umfrage zu Kaufverhalten, Tragedauer und der Entsorgung von Mode.

FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN PROJEKT UND AKTIONEN SCHULEN:

¹www.stiftungsindex.de/

²www.engagement-global.de/schueler-schulklassen.html

Förderverein
Schulamt/Stadt

→ STIFTUNGEN¹

→ ENGAGEMENT GLOBAL Förderdatenbank für Schulen²

Aktionen wie Kuchenbuffet, Flohmarkt
Elternschaft





Impressum

Herausgegeben von
FEMNET e.V.

Geschäftsstelle:
Kaiser-Friedrich-Str. 11
53113 Bonn

Telefon +49 (0) 228 909 17 309
E-Mail: marijke.mulder@femnet.de
Internet: femnet.de/schulen

www.femnet.de

 [femnetev](https://www.facebook.com/femnetev)

 [femnet_ev](https://www.instagram.com/femnet_ev)

Spendenkonto
GLS Gemeinschaftsbank eG
IBAN: DE 93 4306 0967 0300 800 800
BIC: GENODEM1GLS

Vi.S.d.P.: Dr. Gisela Burckhardt
Autorinnen: Ruth Helmingdirks
und Marijke Mulder
Layout: Catharina von Poser
Titelfoto: Astrid Piethan

Wir danken: Lilith Werner, Mona Meyer, Sabine Kaldonek, Andrea Lindner, Nicole von Rahden, Miriam Albrecht, Amira, Leo, Maja, Thissany und Axel Schütz von #changemaker, Dr. Sonja Geiger, Dr. Vivian Frick für die Mitarbeit an dem Aktionshandbuch – und allen Personen und Schulen, die sich bereits für Menschenrechte in der Mode engagieren.

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein FEMNET e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt der Engagement Global GmbH, des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung oder der Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen wieder.

© FEMNET e.V., November 2022

Gefördert von
ENGAGEMENT GLOBAL
mit Mitteln des

