

AKTIONS- HANDBUCH FÜR STUDIERENDE

AKTIONSHANDBUCH

FÜR STUDIERENDE



Aktiv für
Menschenrechte
in der Mode



LIEBE STUDIERENDE,

AKTIV FÜR MENSCHENRECHTE IN DER MODE, das sind wir von FEMNET seit vielen Jahren. Mit politischem Engagement, Bildungs- und Beratungsangeboten sowie solidarischer Arbeit setzen wir uns für die Rechte von Frauen in der globalen Bekleidungsindustrie ein. Frauen stellen die Mehrheit der Beschäftigten und leiden ganz besonders unter den unmenschlichen Arbeitsbedingungen, der fehlenden Organisationsfreiheit oder der geschlechtsspezifischen Gewalt und Diskriminierung. Deshalb engagieren wir uns für eine sozial gerechte Bekleidungsindustrie, in der die Rechte von Frauen in Anlehnung an internationale Menschenrechtsstandards geschützt sind und in der Arbeitsrechte für alle eingehalten werden.

Für dieses Engagement brauchen wir eure Unterstützung! Wir glauben fest an die Gestaltungskraft von Studierenden: Als Aktivist*innen der Gegenwart und als Entscheidungsträger*innen der Zukunft habt ihr die Möglichkeit, euch für eine sozial gerechte und ökologisch nachhaltige Bekleidungsindustrie einzusetzen. Wie? Das soll euch dieses Aktionshandbuch zeigen.

Gemeinsam ändern wir die Modeindustrie – Schritt für Schritt!

EUER FEMNET-BILDUNGSTEAM

Euer FEMNET-Bildungsteam

*Wir sind v.l.n.r.: Mona Meyer,
Kerstin Dahmen, Marijke Mulder
und Ruth Helmingdirks*



INHALT

Editorial	2
Einleitung	6
FACHARTIKEL: Wege zu nachhaltigem und fairem Kleidungskonsum: Reduce, reuse, recycle – and protest!	8
12 IDEEN FÜR AKTIONEN UND PROJEKTE	14
KREATIVER AKTIVISMUS	15
1 Repaircafé: Wir werfen weniger weg!	16
2 Textildruck-Aktion: Wir machen Druck!	17
3 Postkarten-Aktion: Wir drücken uns aus!	18
4 FAIRschenk-Aktion: Wir machen aus Altem Neues!	19
Interview mit Malina zum Reparaturbrunch	20
VERANSTALTUNGSFORMATE	22
5 Kleidertausch: Wir sparen Ressourcen!	23
6 Workshops: Wir teilen unser Wissen!	24
7 Filmabend: Wir schauen hin!	25
8 Fairer Stadtrundgang: Wir kaufen fair!	26
9 Fashion Fasten: Weniger ist mehr!	27
Interview mit der Studierendeninitiative Fairquer	28

DAUERHAFT AKTIV AM CAMPUS

10 Studierendeninitiative gründen: Wir sind ein Team!	30
11 Verleih- oder Tauschstation für Kleidung: Sharing ist Caring!	31
12 Nachhaltiges Hochschulmerchandising: Wir übernehmen Verantwortung!	32
Interview mit Lesley zu Fairo Moda	34

DIE IDEENWERKSTATT

MITMACHEN UND AKTIV WERDEN

Engagement auf dem Campus	38
Initiativen, Vereine, Organisationen zum Kennenlernen und Mitwirken	39
Aktionen und Projekte erfolgreich planen	40

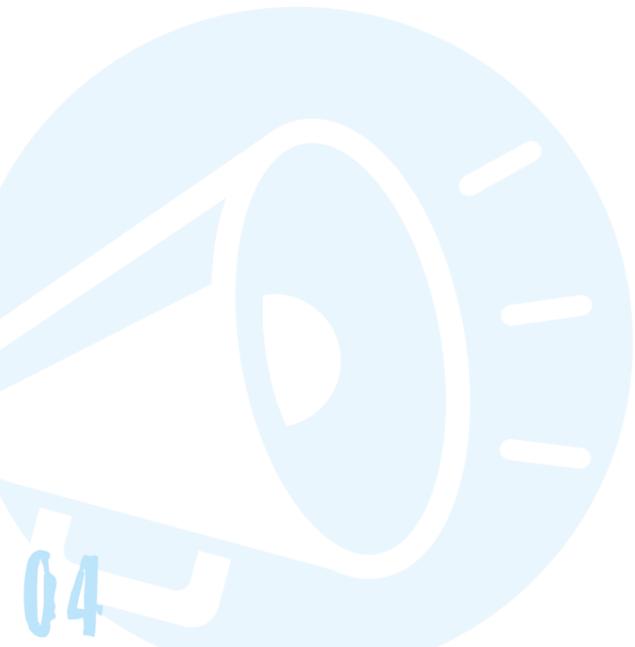
ANNEX

Leitfaden – Aktionsplanung	42
Übersicht Aktionstage	44
Finanzierungsmöglichkeiten	46
Quellenangaben zum Fachartikel	47

IMPRESSUM



GET
ACTIVE



Kleidung betrifft uns alle: Sie ist ein Alltagsprodukt und unsere zweite Haut, sie ist notwendiger Begleiter und Ausdruck von Individualität, sie ist Kunst und Müll...

Für die Menschen – mehrheitlich Frauen – die unsere Kleidung produzieren, bedeutet sie jedoch auch Arbeitstage von zwölf und mehr Stunden, Löhne weit unter dem Existenzminimum oder geschlechtsspezifische Gewalt in den Fabriken. Für die Umwelt geht die Produktion unserer Kleidung mit Ressourcenverschwendung, Luft- und Wasserverschmutzung und Unmengen an Altkleidern und Textilmüll einher.

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 und die Politik in die Pflicht zu nehmen, aber 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.

Dabei können wir durch unser individuelles und kollektives Handeln Menschen inspirieren, zum Mitmachen anregen oder Druck auf Unternehmen und Politik ausüben.

Das bereitet neben dem Gefühl von Selbstwirksamkeit auch Freude und kann lebensbereichernd sein. Durch Aktivismus können Freundschaften entstehen und persönliche Kompetenzen wachsen. Zugleich können zukunftsweisende Veränderungen angestoßen werden: So wurde beispielsweise im letzten Jahr ein deutsches Lieferkettengesetz verabschiedet und laut der neuesten **→ Greenpeace-Studie zum Kleidungskonsumverhalten** zeichnet sich bei den Konsument*innen in Deutschland ein nachhaltigerer Umgang mit Kleidung ab. Es geht also in die richtige Richtung – lasst uns daran anknüpfen! Mit kreativen, lautstarken oder auch leisen Aktionen, die auf Missstände aufmerksam machen und Handlungsoptionen aufzeigen!

Im Rahmen unseres Projekts „Aktiv für Menschenrechte in der Mode“ haben auch wir Taten sprechen lassen. Mit unserem Know-how und unserem Netzwerk haben wir engagierte Studierende dabei unterstützt, Aktionen und Projekte rund um Mode- und Menschenrechtsthemen zu realisieren. Das gemeinsame Handeln war sehr bereichernd, weshalb wir in diesem Aktionshandbuch einige Erfahrungen mit euch teilen möchten. **Wir wollen euch einen inspirierenden und praktischen Werkzeugkoffer an die Hand geben und euch Möglichkeiten aufzeigen, wie Engagement gelebt werden kann und Wirkung entfaltet.**

**VIEL SPASS
BEIM
BLÄTTERN
UND
UMSETZEN!**

Wollt ihr mehr über diese Themen wissen?

Weitere Informationen mit Quellenachweis gibt es im Beitrag **→ Wege zu nachhaltigem und fairem Kleidungskonsum: Reduce, reuse, recycle – and protest!** von Dr. Sonja Geiger & Dr. Vivian Frick

Auf unserer **→ Website von FEMNET** findet ihr Publikationen und Informationsmaterialien zu den relevanten Themen von FEMNET. Außerdem haben wir eine umfangreiche **→ Materialdatenbank** zum Recherchieren und Vertiefen.



Foto © Astrid Priethan

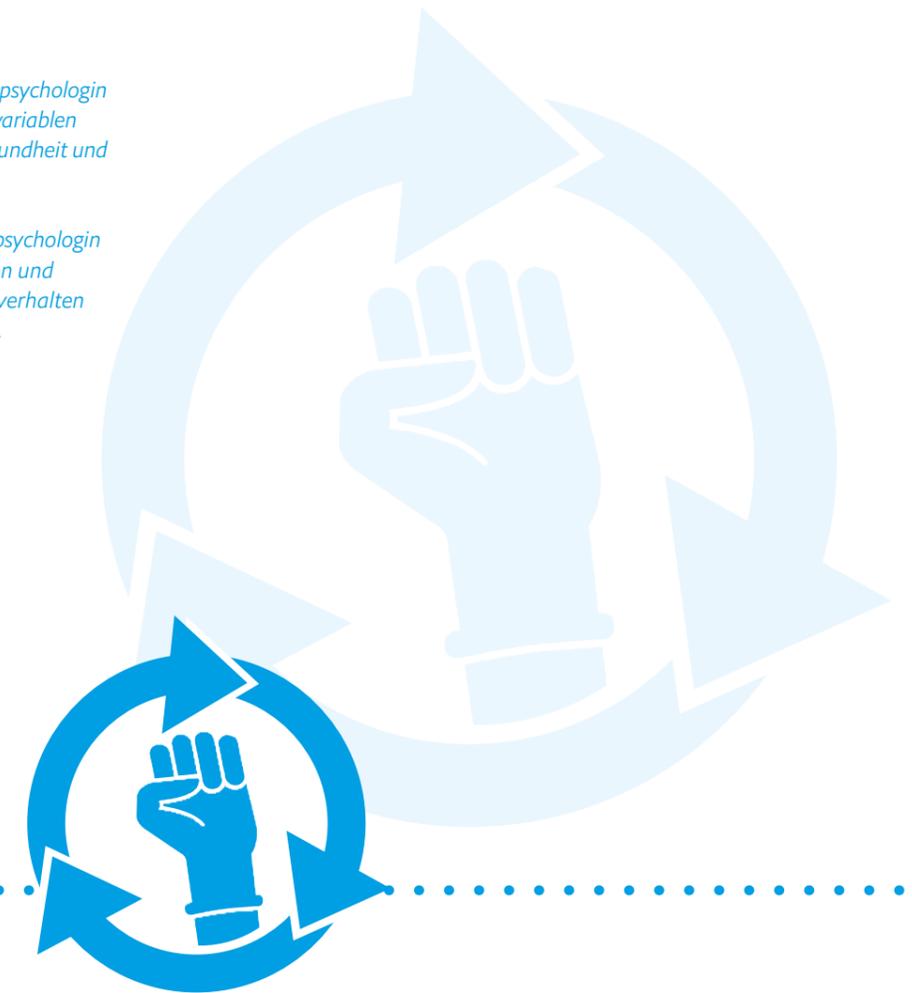
WEGE ZU NACHHALTIGEM UND FAIREM KLEIDUNGSKONSUM: REDUCE, REUSE, RECYCLE – AND PROTEST!

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

³ www.handabdruck.eu

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 angebauter 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, zuvor 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 Bekleidungsbranche, 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 und 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. altruistische 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, durch z.B. introspektive oder meditative Methoden, Werte zu klären und reflektieren. Ein 8-wöchiger achtsamkeitsbasierter Meditationskurs führte z.B. dazu, dass Menschen materiellen Werten weniger Beachtung schenkten 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 Upcyclen 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.

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 Werbefotos 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 & Strutton, 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 zudem, sich von Werbeinflüssen 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 Konsumentscheidungen, 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.

12 IDEEN FÜR AKTIONEN UND PROJEKTE

In diesem Kapitel stellen wir euch **zwölf Aktionsideen** vor, die ihr an eurer Hochschule oder privat umsetzen könnt.

Egal ob ihr kreativ werden, eine Veranstaltung realisieren oder etwas Dauerhaftes am Campus umsetzen möchtet, auf den folgenden Seiten gibt es Beispiele und Inspirationen. Falls euch das noch nicht genügt, schaut doch mal in unseren [Ideenpool](#), darin finden sich weitere Aktionsideen zur Ausgestaltung. Bei der Planung und Umsetzung hilft euch unser [Leitfaden für die Aktionsplanung](#). Euch gefällt keine der Aktionen, ihr möchtet aber dennoch für Menschenrechte in der Mode aktiv werden? Dann hilft vielleicht die [Methode der Ideenwerkstatt](#) bei der Ideenfindung.

Wir sind überzeugt, so wie es jetzt ist, kann es nicht weitergehen – weder für die Textilarbeiter*innen, noch für die Umwelt!

Wir wollen eine zukunftsfähige Textil- und Bekleidungsindustrie, deshalb lasst uns gemeinsam aktiv werden.

BEISPIELSGEWEISE INDEM ...

- ... wir weniger wegwerfen (Repaircafé)
- ... wir Druck machen (Textildruck-Aktion)
- ... wir uns ausdrücken (Postkartenaktion)
- ... wir aus Altem Neues machen (FAIRschenk-Aktion)
- ... wir Ressourcen sparen (Kleidertausch)
- ... wir unser Wissen teilen (Workshop veranstalten)
- ... wir hinschauen (Filmabend)
- ... wir fair einkaufen (Fairer Stadtrundgang)
- ... weniger mehr ist (Fashion Fasten)
- ... wir ein Team sind (Studierendeninitiative gründen)
- ... wir „Sharing ist Caring“ betreiben (Verleih- und Tauschstation für Kleidung)
- ... wir Verantwortung übernehmen (nachhaltiges Hochschul-Merchandising)



Foto © Astrid Piethan

KREATIVER AKTIVISMUS

Reparieren, bedrucken, gestalten – es gibt viele Möglichkeiten, sich auf kreative Weise auszudrücken. Das gemeinsame Tun bringt neben öffentlicher Aufmerksamkeit vor allem Spaß und neue Kontakte.

Was im Hochschulalltag nicht immer gelingt, geschieht beim Kreativ-Workshop fast von allein: Der Austausch zwischen verschiedenen Fachbereichen und -semestern. So könnt ihr euch während einer Kreativaktion vernetzen, Unterstützer*innen anwerben oder euer Wissen zum Reparieren oder Upcyclen teilen. Durch den Austausch schafft ihr Handlungskompetenzen für die Teilnehmer*innen und euch selbst. Außerdem stärkt ihr auf eine praktische Art und Weise die Reflektion der eigenen Konsummuster und Gewohnheiten und den nachhaltigen Umgang mit Kleidung.

Die folgenden Aktionsideen könnt ihr unkompliziert und einfach mit eurer Studierendeninitiative, engagierten Kommiliton*innen oder auch im Freundeskreis umsetzen. [Im Interview erzählt euch Malina](#), wie es euch gelingen kann, hochschulübergreifend aktiv zu werden und Kleidung mit Kreativität ein neues Leben einzuhauchen.

TIPP:

- Grundausrüstung für das Repaircafé: 2 – 4 Nähmaschinen, Bügeleisen und -brett, Zubehör wie Nähgarn, Knöpfe, Scheren, Nahtauftrenner, Schneidkreide und -lineale, Papier sowie evtl. Reststoffe. Schaut hierfür z.B. nach Spenden, macht einen Aufruf auf Kleinanzeigen-Portalen oder fragt bei Altkleidersammlungen.
- In Studiengängen mit Mode-, Textil- oder Bekleidungsbezug können eventuell bestehende Nählabore genutzt werden.
- Ihr könnt das Repair- oder Nähcafé auch digital umsetzen. Ein tolles Beispiel dafür ist der [Reparaturbrunch](#).
- Mit Musik und Snacks steigt die Laune – auch wenn mal was nicht auf Anhieb klappt.

REPAIRCAFÉ

REPAIRCAFÉ: WIR WERFEN WENIGER WEG!

ZIEL Kompetenzerwerb, Wertschätzung von Kleidung, Ressourcenschonung

VORLAUFZEIT ⌚

ORT Digital / Präsenz

RESSOURCEN Plakate, Nähmaschinen, Näh-Equipment

BUDGET € – €€

AUFWAND mittel

Die Lieblingsjeans hat ein Loch? Der Pulli ist verfärbt? Im Repaircafé könnt ihr eure Kleidung aufwerten und damit ihren Lebenszyklus verlängern! Ein Repaircafé fungiert als Lernort für Reparatur- und Handarbeitstechniken. Zugleich vermittelt es auf praktische Weise ein neues Wertebewusstsein für Kleidung, das durch gemeinsames Tun direkt in Hand und Fuß übergeht.

Ein Repaircafé benötigt einiges an Grundausrüstung, ist ansonsten aber leicht umgesetzt. Die Teilnehmer*innen bringen eigene Reparatur- und Nähprojekte mit, es bedarf also kaum Planung. Schaut, dass die Personen, die das Repaircafé betreuen, selbst über ausreichend Nähfertigkeiten verfügen.

Das Repaircafé kann sich zu einem Ort etablieren, an dem Studierende der gesamten Hochschule zusammenkommen. So kann nebenbei auch ein fachbereichsübergreifender Austausch stattfinden. Neben dem Spaß am Reparieren ergeben sich auf diese Weise neue Kontakte und Perspektiven!



Foto © Megan Auer



Foto © Astrid Piethan

TEXTILDRUCK-AKTION

TEXTILDRUCK-AKTION: WIR MACHEN DRUCK!

ZIEL Aufmerksamkeit, Aktivismus, Upcycling, Kompetenzerwerb

VORLAUFZEIT ⌚

ORT Präsenz

RESSOURCEN Textilfarbe, Equipment, Materialien für die Bewerbung

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.

Für eine Textildruck-Aktion habt ihr mehrere Möglichkeiten. Die wohl einfachste ist der Kartoffeldruck – das ist kostengünstig und einfach umsetzbar, allerdings geht diese Variante mit Lebensmittelverschwendung einher. Alternativ könnt ihr auf Linolplatten zurückgreifen oder mit Schablonen und Textilfarbe aus der Sprühdose arbeiten. Vielleicht gibt es an eurer Hochschule oder in der Stadt sogar eine Siebdruck-Werkstatt, die ihr nutzen könnt? Das wäre dann die professionellste Variante.

Ihr solltet vorab überlegen, was ihr bereitstellen könnt und was die Teilnehmer*innen selbst mitbringen müssen. Schafft im Raum einen Platz zum Trocknen der Textilien und sorgt dafür, dass ein Waschbecken in der Nähe ist, um die Werkzeuge zwischendurch zu säubern. Dann kann es auch schon losgehen!

TIPP:

- Schaut nach Kooperationen mit Siebdruckwerkstätten, Repaircafés oder nachhaltigen Modelabels in eurer Stadt.
- Erweitert eure Siebdruckaktion und organisiert Nähmaschinen zum Sticken oder Aufbringen von selbst erstellten Patches auf Kleidungsstücken.
- Führt eure Aktion anlässlich einer Demonstration oder eines Gedenktages durch. Beispiele für mögliche [Aktionstage](#) findet ihr im Annex.



POSTKARTEN-AKTION: WIR DRÜCKEN UNS AUS!

ZIEL Aktivismus,
Öffentliche Aufmerksamkeit,
Kreativer Prozess

VORLAUFZEIT ⌚

ORT Digital / Präsenz

RESSOURCEN Laptop, Design-Software
oder Schreibprogramm

BUDGET € – €€

AUFWAND mittel

Im digitalen Zeitalter erhält die Postkarte im Briefkasten eine besondere Aufmerksamkeit. Mit Postkarten könnt ihr neben persönlichen (Urlaubs-) Grüßen auch politische Botschaften loswerden und auf euer Engagement aufmerksam machen. Zugleich zaubert ihr den Empfänger*innen ein Lächeln ins Gesicht.

Lasst beim Entwerfen der Postkarten eurer Kreativität freien Lauf. Legt zunächst einen Themenschwerpunkt fest, um dann dazu Inspirationen zu sammeln oder ganz neue Ideen zu entwickeln. Für das Design eignen sich neben Grafik- auch Schreibprogramme. Steht der Postkartentwurf, benötigt ihr nur noch eine Druckerei.

Nun könnt ihr die fertigen Postkarten in Cafés, Kneipen, in der Mensa oder bei euren Aktionen verteilen – oder ihr nehmt sie zum Anlass, einfach mal wieder zu schreiben.

TIPP:

- Nutzt die Rückseite der Postkarten für kurze und einprägsame Informationen. Auf der Webseite der Einleuchtend e.V. Untergruppe x fairfashion findet ihr [Beispiele zum Download](#).
- Es lassen sich auch mit einfachen Mitteln wie Scannern und Handzeichnungen, kostenfreien Design-Tools oder mit Word und PowerPoint Designs erstellen. Vielleicht hat eure Hochschule auch Lizenzen für Grafikprogramme, die ihr nutzen könnt?
- Inzwischen bieten viele Druckereien einen ökologischen Druck an.
- Nutzt die Postkarten für eine Schreibaktion und ladet zum gemeinsamen Schreiben auf dem Campus ein.
- Gelder für die Finanzierung des Drucks könnt ihr beantragen [→ dafür haben wir euch Tipps zusammengestellt](#).

FAIRSCHENK-AKTION: WIR MACHEN AUS ALTEM NEUES!

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! Mit einer FAIR-schenk-Aktion könnt ihr zum nachhaltigen Geschenkebasteln einladen und dem Shoppingwahn entgegenwirken.

Hierzu gibt es viele Möglichkeiten, wie textiles Upcycling, Recycling oder Neugestalten. Überlegt euch ein Thema und ein Konzept. Gegebenenfalls bereitet ihr Beispiele vor, um eure Teilnehmer*innen zu inspirieren. Überlegt, was ihr an Materialien bereitstellen könnt und was die Teilnehmer*innen selbst mitbringen sollen. Achtet bei eurem Raum auf notwendige Voraussetzungen für die Durchführung, wie beispielsweise Strom oder ausreichend Licht.

Das gemeinsame Basteln verbindet kreativen Austausch mit politischer Wirksamkeit. Denn jedes Geschenk, das nicht eigens gekauft wird, ist ein Beitrag zu einem ressourcenschonenden Weihnachten!

TIPP:

- Überlegt euch Geschenkideen, die im Rahmen einer Aktion machbar sind und gleichzeitig den Upcycling- und Recycling-Gedanken transportieren, z.B. Scrunchies oder Brotbeutel nähen oder Techniken wie Batiken Furoshiki. Im Internet gibt es viele inspirierende Ideen.
- Gelder für die [Finanzierung](#) der Materialien könnt ihr z.B. beim AStA beantragen. Mit Musik und weihnachtlichen Leckereien steigen Laune und Kreativität.



Malina ist Studentin im Bereich Textil- und Bekleidungstechnik. Neben dem Studium organisiert sie den Reparaturbrunch, ein digitales Reparaturcafé für Kleidung.



Was ist der Reparaturbrunch und wie läuft er ab?

Der Reparaturbrunch ist ein digitales Reparaturcafé für Bekleidung. Im entspannten gemeinsamen Austausch geben wir jeden ersten Sonntag im Monat von 12 bis 13:30 Uhr Hilfe zur Selbsthilfe rund um Bekleidung, Reparatur, Upcycling und Wäschepflege. Unser Ziel ist es, ungetragener oder beschädigter Bekleidung eine zweite Chance zu geben und das Bewusstsein für Qualität und nachhaltigen Konsum zu schärfen. Dabei ist es uns wichtig, Tipps für jedes Können, jeden Geldbeutel und jeden „Problemfall“ zu vermitteln. Jeder und jede ist willkommen! Die Anmeldungen laufen vorab über unsere Mailadresse, wobei uns die Teilnehmer*innen gerne direkt Informationen über das Reparaturprojekt zusenden können.

Wie habt ihr als Team zusammengefunden?

Aufgrund der Corona-Pandemie habe ich nach einem Weg gesucht, den Reparaturbrunch von einem analogen in ein digitales Format umzuwandeln. Das hochschulübergreifende Vernetzungstreffen „VernetzDich!“, das von **Fairquer, der Studierendengruppe der Hochschule Niederrhein** organisiert wird, hat mir eine Plattform geboten, bei der ich den Reparaturbrunch vorstellen konnte. Gemeinsam mit anderen Teilnehmer*innen und in Kollaboration mit FEMNET haben wir ein Jahr lang Ideen gesammelt und ein Konzept ausgearbeitet. Das Team hat sich sowohl aus dem Vernetzungstreffen als auch durch den Austausch mit Kommiliton*innen der HTW Berlin zusammengefunden. Zusätzlich hat sich eine Zusammenarbeit mit der YoungCaritas ergeben. Die Kollaborationen und Ressourcen von FEMNET und der YoungCaritas haben es uns ermöglicht, im September 2021 den ersten Reparaturbrunch anzubieten.

Dank eines Stipendiums musste ich während des Studiums nicht arbeiten, das spielt ganz klar eine große Rolle. Die so gewonnene Zeit investiere ich gerne in den Reparaturbrunch, weil mir mein Engagement sehr am Herzen liegt und der Austausch im Team und mit den Teilnehmer*innen viel Spaß macht. Durch die gesammelte Erfahrung haben wir einen routinemäßigen Ablauf in unserer Organisation erarbeitet und damit den Vorbereitungsaufwand verringern können. Des Weiteren sind die Kommunikation und Aufgabenverteilung innerhalb des Teams zentral für das Gelingen und in Prüfungsphasen kommt natürlich die Frage der individuellen Prioritätensetzung dazu. Wichtig ist, dass der Spaß nicht verloren geht und die Ziele realistisch sind, um auch in stressigen Phasen gemeinsam Erfolge feiern zu können.

Wie gelingt es dir, Studium und ehrenamtliches Engagement unter einen Hut zu bringen?

Vermutlich ist die Zahl der guten Ratschläge so vielfältig wie die Ehrenämter selbst. Deshalb kann ich nur empfehlen: Wenn ihr eine Idee habt, dann tragt sie in die Welt hinaus und tauscht euch mit anderen Menschen darüber aus! Ganz gleich, wie ausgereift eure Überlegungen sind. Es ist immer wieder erstaunlich, was für Möglichkeiten sich daraus ergeben (in unserem Fall die Kollaborationen) und wie viele Hände einem erreicht werden. Traut euch diese zu ergreifen und loszugehen.

Was möchtest du engagierten Studierenden mit auf den Weg geben?

Ihr seid neugierig geworden und möchtet selbst beim Reparaturbrunch mitwirken? Oder ihr habt ein eigenes Reparaturprojekt und benötigt Hilfe?

DANN SCHAUT VORBEI!

KONTAKT UND ANMELDUNG

→ reparaturbrunch@gmail.com
→ [instagram.com/reparaturbrunch](https://www.instagram.com/reparaturbrunch)



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.

Im Rahmen einer Veranstaltung könnt ihr für die Teilnehmer*innen zielgruppenspezifisch Inhalte aufbereiten und emotional erlebbar machen. Durch die Diskussion von Lösungsansätzen und das Aufzeigen von persönlichen und politischen Gestaltungsmöglichkeiten gebt ihr weitere Denkanstöße, vermittelt Handlungskompetenzen und erlangt selbst neue Perspektiven.

Als organisierende Gruppe könnt ihr euch inhaltlich und praktisch weiterentwickeln, euer Netzwerk vergrößern und spannende Kontakte zu Expert*innen, Praxisakteur*innen oder anderen Studierenden knüpfen. Dies sowie das Gefühl von kollektiver Wirksamkeit und das direkte Feedback vom Publikum sorgen für Motivation und Energie. Im Folgenden stellen wir euch Ideen für verschiedene Veranstaltungsformate vor. → **Im Interview mit der Studierendeninitiative Fairquer** erfahrt ihr mehr zu deren Erfahrungen bei der Umsetzung verschiedener Formate und dem Engagement.

KLEIDERTAUSCH: WIR SPAREN RESSOURCEN!



ZIEL Öffentliche Aufmerksamkeit, Ressourcenschonung, Konsumalternativen

VORLAUFZEIT ⌚

ORT Präsenz

RESSOURCEN Räumlichkeit, Kleiderstangen, Spiegel, Kleiderbügel, Tische, Umkleide

BUDGET €

AUFWAND gering

TIPP:

- Eine Veranstaltung bekannt zu machen, kostet Zeit. Plant also etwas Vorlauf ein und macht rechtzeitig und genügend Werbung.
- Es bestehen bereits → **Checklisten** mit den wichtigsten Dingen für die Organisation eines Kleidertauschs.
- Um den Tausch persönlicher zu gestalten, könnt ihr Etiketten für die Kleidungsstücke ausgeben, auf die Besucher*innen etwas zum Kleidungsstück schreiben können.
- An einer Nähstation lassen sich Kleidungsstücke anpassen.
- Schafft einen inhaltlichen Kontext, indem ihr einen Film zeigt oder Expert*innen einladet.
- Überlegt vorab, was ihr mit übrig gebliebener Kleidung machen könnt.

Die Jeans sitzt nicht mehr so gut wie vor einem Jahr? Das T-Shirt ist gut in Schuss, aber die Band darauf gefällt nicht mehr? Kein Grund zum Wegwerfen! Bei einem Kleidertausch finden sich sicherlich neue Liebhaber*innen und auch der eigene Kleiderschrank bekommt frischen Wind.

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 mit individuellen Teilen auf.

Ein Kleidertausch ist schnell und unkompliziert organisiert und eignet sich super als erste gemeinsame Aktion. Ihr benötigt ausreichend Kleiderbügel, Tische und Kleiderstangen sowie ein Konzept, wie getauscht wird und wie viele Kleidungsstücke jede Person mitbringen darf. Dann kann es auch schon los gehen!



Foto © FEMNET

Foto © Astrid Piethan

TIPP:

- Beginnt rechtzeitig mit der Bewerbung des Workshops und streut die Veranstaltung über verschiedene Netzwerke. Auch FEMNET bewirbt gemeinsame Veranstaltungen z.B. über soziale Medien und die Webseite – also schreibt uns einfach an.
- Im Rahmen eines Nachhaltigkeitstages könnt ihr den Workshop auch mit einer praktischen Aktion kombinieren. Inspirationen gibt es z.B. im Kapitel **Kreativer Aktivismus**.
- Beispiel-Themen für einen FEMNET-Workshop findet ihr auf unserer **Webseite**.

WORKSHOPS

WORKSHOPS: WIR TEILEN UNSER WISSEN!

ZIEL Wissens- und Bewusstseinsbildung, Handlungsmöglichkeiten diskutieren, Verschiedene Perspektiven reflektieren

VORLAUFZEIT ⌚ ⌚

ORT Digital / Präsenz

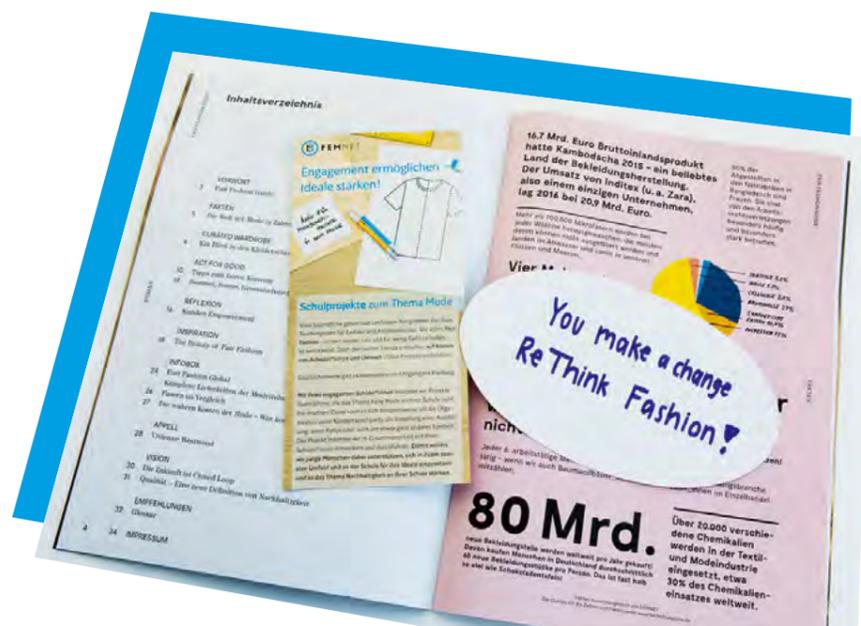
RESSOURCEN Beamer, Leinwand, Materialien für die Bewerbung

BUDGET € – €€

AUFWAND gering

Themen rund um eine faire und nachhaltige Bekleidungsindustrie kommen an der Hochschule zu kurz oder werden nur oberflächlich behandelt? Es fehlt der Raum darüber zu diskutieren? Dann nehmt das Thema selbst in die Hand und setzt es auf den Lehrplan, z.B. mit einem Workshop von FEMNET.

Workshops können im Rahmen eines Seminars, eines Nachhaltigkeitstages oder anderer Formate stattfinden. Macht euch vorab Gedanken zu Zielsetzung, Zielgruppe, Dauer und möglichen Themenschwerpunkten. Meldet euch ganz einfach bei **FEMNET über das Kontaktformular**, um eure Wünsche mitzuteilen. Wir besprechen dann gemeinsam die Umsetzung und den Ablauf.



FILMABEND

FILMABEND: WIR SCHAUEN HIN!

ZIEL Wissens- und Bewusstseinsbildung, Handlungsmöglichkeiten diskutieren, Perspektivwechsel

VORLAUFZEIT ⌚ ⌚

ORT Digital / Präsenz

RESSOURCEN Beamer, Leinwand, Kabel, Stühle, Filmlizenz

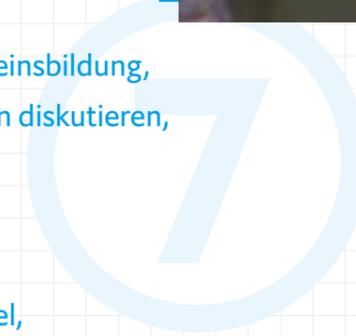
BUDGET € – €€€

AUFWAND mittel

Made in Bangladesh, RiverBlue, The True Cost ... – Es gibt inzwischen einige Filme und Dokumentationen, die Einblicke in die globale Textil- und Bekleidungsindustrie vermitteln. Im Rahmen eines Filmabends könnt ihr diese auf die Leinwand bringen. Und das ist durchaus wirkungsvoll, denn Bilder sagen oft mehr als Worte!

Ein Filmabend ist eine gemütliche Art, aktiv zu werden und in der Regel recht unkompliziert organisiert. Zugleich erreicht ihr damit Menschen, die von klassischen Workshops eher abgeschreckt sind. Ein anschließendes Filmgespräch, z.B. mit den Filmemacher*innen oder einem*r Referent*in, bietet die Möglichkeit, Inhalte zu vertiefen und weiterzudenken.

Vielleicht gibt es Kinos in der Nähe, die ihr für den Filmabend gewinnen könnt? Ansonsten reicht auch ein Seminarraum an der Hochschule oder ein Vereinsraum. Mit selbstgemachtem Popcorn und Getränken kommt schnell Kinoatmosphäre auf.



TIPP:

- Plant bei einer Erstveranstaltung genügend Vorlaufzeit ein und beginnt rechtzeitig mit der Bewerbung.
- Inspirationen für Filme findet ihr in der **FEMNET Materialdatenbank**.
- Achtet darauf, dass bei öffentlichen Veranstaltungen Lizenzgebühren anfallen können. Kontaktiert hierzu vorher die Produktionsfirmen oder den Filmverleih, um rechtlich abgesichert zu sein.
- Ein Filmgespräch schafft einen Rahmen, in dem die Inhalte reflektiert und Lösungsansätze diskutiert werden können.
- Popcorn und Getränke machen die Kinoatmosphäre perfekt!

TIPP:

- Achtet auf abwechslungsreiche Stopps. Hierbei kann es sich um Kleidungsgeschäfte, Altkleidercontainer und Sammelstellen, Secondhandläden, Änderungsschneidereien, ehemalige Orte der Textil- und Bekleidungsproduktion usw. handeln.
- Endet der Rundgang in einem Café, Kulturzentrum o.ä., dann könnt ihr dort die Aktion ausklingen lassen und es entsteht ein Raum für weiteren Austausch und Vernetzungsmöglichkeiten.
- Sprecht mit Betreiber*innen von Geschäften, Sammelstellen etc., ob ihr dort willkommen seid und sie z.B. Einblicke in ihre Arbeit gewähren möchten.
- Macht die Route nicht zu lang, damit eure Teilnehmer*innen nicht müde werden. Für die Route könnt ihr etwa 1,5 Stunden einplanen. Denkt daran, dass Gruppen sich langsamer bewegen als Einzelpersonen.
- Bedenkt bei der Terminplanung die Öffnungszeiten der jeweiligen Orte, die ihr besuchen möchtet.
- Apps wie Actionbound bieten eine digitale Möglichkeit für Stadtrundgänge, sind jedoch mit Kosten verbunden.

8

FAIRER STADTRUNDGANG: FAIRER STADTRUNDGANG:

WIR KAUFEN FAIR!

ZIEL Wissens- und Bewusstseinsbildung, Perspektivwechsel, Handlungsmöglichkeiten aufzeigen

VORLAUFZEIT ⌚ ⌚

ORT Digital / Präsenz

RESSOURCEN Stadtkarte, Kooperationspartner*innen, Stadtführer*in

BUDGET € – €€€

AUFWAND hoch

Manches in unserer Umgebung nehmen wir erst auf den zweiten Blick wahr: Den Umsonstladen in der Seitenstraße, die Änderungsschneiderei, die seit jeher die gleiche Einrichtung hat, oder den kleinen Fair Fashion-Laden mit ausgewähltem Sortiment. Doch haben wir erst einmal unseren Blick geweitet, dann eröffnen sich uns ganz neue Möglichkeiten. Wir können unsere gut erhaltene Kleidung abgeben und Neues finden, die Lieblingsjeans weiterhin tragen oder sicherstellen, dass der neue Mantel unter fairen Arbeitsbedingungen produziert wurde.

Mit dem Angebot eines fairen Stadtrundgangs könnt ihr den Teilnehmer*innen eine andere Perspektive auf ihre Umgebung eröffnen und ihnen direkte, individuelle Handlungsmöglichkeiten in ihrem Umfeld aufzeigen. Diese Aktion benötigt eine ausreichende Vorlaufzeit, lässt sich aber unkompliziert und mehrfach durchführen, sobald euer Konzept steht. Habt ihr eine Route geplant, könnt ihr mit dem Bewerben loslegen.

Während des Rundgangs selbst sorgen eine lockere Atmosphäre und Bewegung dafür, dass Teilnehmer*innen ins Gespräch kommen, sich vernetzen und Tipps austauschen.

FASHION FASTEN:

WENIGER IST MEHR!

ZIEL Öffentliche Aufmerksamkeit, Gruppengefühl stärken, Aktivismus, Kritischer Konsum

VORLAUFZEIT ⌚

ORT Digital

RESSOURCEN Materialien für die Bewerbung

BUDGET €

AUFWAND gering

TIPP:

- Für den Austausch eignen sich auch Messenger-Dienste: Hier könnt ihr eine Chat-Gruppe erstellen.
- Ihr könnt das Fasten um witzige Aufgaben erweitern, z.B. ein Outfit kreieren mit einem Kleidungsstück, das lange nicht mehr angezogen wurde.
- Sorgt für Interaktion, z.B. durch das Hochladen von Bildern unter eurem Hashtag oder innerhalb eurer Messenger-Gruppe.
- Haltet eure Gedanken während und nach der Challenge schriftlich fest, um sie stärker zu verinnerlichen.



Foto © Cottonbro

FASHION FASTEN

Sätze wie „Kauf dich glücklich“ suggerieren: Unser Glück liegt im Konsum. Mit der neuen Shorts und dem neuen T-Shirt bekommen wir kurzfristig gute Laune, 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 könnt ihr zu einer Fasten-Challenge für Kleidung aufrufen. Inspiriert über soziale Medien zum Mitmachen, motiviert euch gegenseitig und vernetzt euch miteinander. So macht Suffizienz Spaß!

Überlegt euch, wie lang ihr die Challenge ansetzt und ob ihr begleitend Informationen zum Thema Kleidung veröffentlichen möchtet. Ihr könnt auch einen Austausch zur gemeinsamen Reflexion anbieten: Wie geht es euch mit dem Fasten? Fällt es schwer? Wofür ist mehr Zeit? Und was möchtet ihr ggf. mit dem ersparten Geld machen? Welche Kleidungsstücke haben neue Aufmerksamkeit erfahren? Am Ende der Zeit heißt es: gemeinsam Feiern! Und vielleicht geht es für den einen oder die andere ja auch in die Verlängerung?

Fairquer ist eine Gruppe von Studierenden der Hochschule Niederrhein aus dem Fachbereich „Textil- und Bekleidungstechnik“. Sie beschäftigen sich hochschulintern und -extern mit Nachhaltigkeit in der Textil- und Bekleidungsindustrie.

Was macht Fairquer und wie habt ihr euch gegründet?

Fairquer ist eine Studierendeninitiative an der Hochschule Niederrhein in Mönchengladbach, die sich für mehr Nachhaltigkeit in der Textilindustrie engagiert. Mit unserer Arbeit wollen wir Aufmerksamkeit auf Nachhaltigkeitsthemen lenken und anderen Studierenden die Möglichkeit zu einer Auseinandersetzung geben. Wir organisieren Vorträge und offene Diskussionen wie z.B. Slow-Fashion-Talks, rufen Kleidertausch-Partys ins Leben oder gestalten Filmevents.

Wie habt ihr es geschafft, euch an der Hochschule und vor allem darüber hinaus zu etablieren?

Indem wir Präsenz zeigen, sowohl über Social-Media-Kanäle als auch bei Veranstaltungen. Außerdem haben wir Kontakte und Kooperationen mit Organisationen und Vereinen aufgebaut. Dies hilft uns bei der Planung von öffentlichen Veranstaltungen, wie z.B. Filmvorführungen von „Made in Bangladesh“ oder „Made in Ethopia“ mit anschließender Diskussionsrunde und Gesprächsangebot.

Was motiviert euch, zu eurem Engagement und zur Vernetzung von Studierenden textil- und bekleidungsbezogener Studiengänge?

„Über die Missstände in der Bekleidungsindustrie aufzuklären und über Alternativen zu sprechen, gibt uns das Gefühl, aktiv mehr Aufmerksamkeit auf das Thema lenken zu können.“

„Ich selbst lerne durch das Engagement immer mehr über Alternativen. Zudem tut der Austausch mit Gleichgesinnten unglaublich gut.“

„Mit Fairquer engagieren wir uns nicht nur mit erhobenem Zeigefinger, sondern wir möchten Alternativen und Handlungsoptionen aufzeigen.“

„Es ist schön, mit anderen Menschen etwas auf die Beine zu stellen und zu einem lebendigen Campusleben beizutragen.“

„Fairquer ermöglicht es, sich über Nachhaltigkeit in der Textilindustrie auszutauschen, aber auch Projekte als Gruppe umzusetzen und neue Leute zu erreichen.“

„Durch die deutschlandweite Vernetzung können auch Studierende erreicht werden, die bisher keine Möglichkeit hatten, sich zu Nachhaltigkeitsthemen in der Bekleidungsindustrie auszutauschen.“



INTERVIEW

Vernetzung ist ein zentraler Punkt – innerhalb der Hochschule (zu Professor*innen, Sekretariat, Fachschaft, Studierendenparlament, AStA) sowie zu anderen Vereinen und Organisationen. Bei der Umsetzung von Veranstaltungen und Aktionen ist eine gute Aufgabenverteilung und klare Zeitplanung hilfreich. Und zuletzt sollte man den Spaß in der Gruppe nicht vergessen.

Was möchtet ihr anderen Studierendeninitiativen mit auf den Weg geben?

KONTAKT

Ihr seid neugierig geworden und möchtet selbst bei Fairquer mitwirken? Oder ihr möchtet über Veranstaltungen informiert bleiben?

Dann tretet in Kontakt!

TERMIN UND ORT

für die Treffen im Semester
Dienstag 19:00 Uhr PER ZOOM oder
Donnerstag 12:30 Uhr IN DER HOCHSCHULE

INSTAGRAM

→ @fairquer

DAUERHAFT AKTIV AM CAMPUS

Nach einem inspirierenden Workshop oder einer gelungenen Aktion ist die Motivation zunächst groß, weitere Projekte umzusetzen oder sogar das eigene Leben umzukrempeln. Doch dann kommt der Alltag: Hochschule und Nebenjob stressen und auch das Privatleben erfordert Zeit. Schnell verpufft die Anfangseuphorie und Pläne für ein dauerhaftes Engagement werden verworfen.

Doch das muss nicht sein! Denn auch langfristiges Engagement lässt sich mit einer ausgewogenen „Engagement-Life-Balance“ verbinden, z.B. indem ihr euch mit anderen zusammenschließt und eine Studierendeninitiative gründet. So macht Engagement dauerhaft Spaß und ändert vielleicht sogar Strukturen am Campus!

Im Folgenden stellen wir euch entsprechende Aktionsideen vor. → **Im Interview mit Lesley** erfahrt ihr, dass es sich lohnt, einen langen Atem zu haben und wie ihr eure Ideen finanzieren könnt. Viel Spaß beim Lesen – lasst euch motivieren!

Hochschule
FAIRändern



Foto © Astrid Piethan

STUDIERTENINITIATIVE GRÜNDEN:

WIR SIND EIN TEAM!

ZIEL Öffentliche Aufmerksamkeit,
Handlungsräume schaffen,
Aktivismus, Vernetzung,
Strukturen verändern

VORLAUFZEIT ⌚

ORT Digital / Präsenz

RESSOURCEN Raum, Tische, Laptop

BUDGET €

AUFWAND mittel



Foto © FEMNET

TIPP:

- Schaut, welche Ressourcen ihr neben dem Studium habt, und plant ehrlich und wohlwollend, damit das Engagement dauerhaft Freude bereitet.
- Gibt es bestehende Initiativen an eurer Hochschule, zu der euer Thema passt? Dann schließt euch dort an und bildet beispielsweise eine Untergruppe zum Thema Fair Fashion.
- Für erste Aktionen und deren Planung bietet dieses Aktionshandbuch Inspirationen und → **Leitfäden**.
- Vernetzt euch mit anderen Studierendeninitiativen oder Vereinen, um gemeinsam größere Aktionen durchzuführen, zu lernen und die Verantwortung auf verschiedene Schultern zu verteilen. Wir haben euch eine → **Übersicht mit Initiativen und unterstützenden Organisationen** zusammengestellt.

Ihr wollt euch langfristig für Menschenrechte und Umweltschutz einsetzen? Dann schließt euch zusammen! Viele Hände schaffen mehr als zwei und gleichzeitig könnt ihr euch als Team in stressigen Zeiten gegenseitig entlasten und motivieren. Ganz nach dem Motto: Jede*r macht so viel er* oder sie* kann!

In einer Gruppe kann es gelingen, eure Kommiliton*innen für Ungerechtigkeiten in der Textil- und Bekleidungsindustrie zu sensibilisieren und Räume für Engagement zu schaffen. So könnt ihr Reflexion und Verhaltensänderungen anstoßen. Dazu benötigt ihr zunächst eine Handvoll motivierter Personen. Vereinbart einen regelmäßigen Turnus, in dem ihr euch treffen wollt, um euch auszutauschen, besser kennenzulernen und Aktionen für die Hochschulgemeinschaft zu planen. Gebt euch einen Namen und gewinnt Mitstreiter*innen.

Wenn ihr eine kleine Gruppe seid, informiert euch beim AStA oder der Hochschulleitung, wie ihr euch als studentische Initiative oder Hochschulgruppe anerkennen lasst. Auch zum Thema Finanzierung könnt ihr euch an den AStA wenden – weitere Tipps findet ihr in unserer Übersicht zu → **Finanzierungsmöglichkeiten**.

Neben Selbstwirksamkeit können aus einer Studierendeninitiative auch Freundschaften oder Netzwerke erwachsen – bereichernd auf vielen Ebenen!



VERLEIH- UND 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

Eine Party steht bevor und der eigene Kleiderschrank hat nichts Passendes zu bieten? Der Winter steht vor der Tür doch der Wollpulli wurde von Motten zerfressen? Hier kann eine Verleih- und Tauschstation für Kleidung die Rettung sein!

Die Station funktioniert nach einem ähnlichen Prinzip wie die Kleidertauschparty, nur dass das Kleidertauschen oder -verleihen über einen unbegrenzten Zeitraum hinaus und an einem festen Ort stattfindet. Dazu eignet sich z.B. ein Kleiderschrank, eine Kleiderkiste oder ein fester Raum, den ihr in der Hochschule nutzen könnt. Dann braucht ihr noch Kleiderbügel und eine erste Auswahl an Kleidung.

Als Team solltet ihr die Verleih- und Tauschstation regelmäßig pflegen und aufräumen. Bei einem festen Raum braucht es Menschen, die diesen während der Öffnungszeiten betreuen.

TIPP:

- Falls ihr keinen Schrank habt, fragt bei Gebrauchtwarenläden oder Kleinanzeigen in eurer Stadt nach. Vielleicht spendet euch sogar jemand ein Möbelstück?
- Der offene Kleiderschrank bietet sich als Folgeprojekt der Kleidertauschparty an. Eure Hochschule ist dann schon für das Thema sensibilisiert und ihr habt bereits einen Grundstock an Kleidung.
- **Fairo Moda** ist ein gelungenes Beispiel einer Kleiderverleihstelle an der Universität Osnabrück.
- Überlegt euch, welche Kriterien gespendete Kleidung erfüllen sollte. Was nehmt ihr an? In welchem Zustand muss die Kleidung sein? Wie erfolgt die Wäschepflege?
- Um den Kleiderschrank herum könnt ihr die Wände auch mit informativen Plakaten zur Textil- und Modeindustrie schmücken.
- Bleibt geduldig. Es kann häufig etwas dauern, bis das Angebot wahrgenommen wird.

NACHHALTIGES HOCHSCHULMERCHANDISING: WIR ÜBERNEHMEN VERANTWORTUNG!

ZIEL Öffentliche Aufmerksamkeit, Aktivierung, Selbstwirksamkeit, Strukturen verändern

VORLAUFZEIT ⌚ ⌚ ⌚

ORT Präsenz

RESSOURCEN Infomaterial

BUDGET €€€

AUFWAND mittel – hoch

T-Shirts für eure Initiative, Teamshirts beim Hochschulsport oder Arbeitskleidung in der Mensa – in vielen Bereichen an der Hochschule wird einheitliche Kleidung benötigt. Doch wird dabei auf soziale und ökologische Standards geachtet?

Sprecht mit den Verantwortlichen! Vielleicht regt schon eure Frage zum Einkauf ökofairer Kleidung an. Ansonsten setzt euch dafür ein: sammelt Argumente, stellt Informationen zu Textilsiegeln, nachhaltigen Herstellern und Kosten zusammen und vereinbart einen Termin mit den verantwortlichen Personen.

Denn faires Hochschulmerchandising bietet Vorteile: Neben einem guten (Trage-) Gefühl sorgt die Umstellung auf einen nachhaltigen Textileinkauf an der Hochschule für Aufmerksamkeit und trägt zu deren guten Image bei. Vielleicht gibt es dann schnell Nachahmer*innen an anderen Hochschulen und fair und ökologisch wird zum neuen Standard.

TIPP:

- Im Internet finden sich → **Webseiten, die Siegel beurteilen**, NGOs bei denen ihr → **Siegelinformationen herunterladen** könnt und auch weiterführende Informationen zu → **fairen Merchandise-Artikeln**.
- Sucht euch Verbündete an der Hochschule (Studierende, AStA, Dozierende, Verwaltung...), um der Forderung mehr Gewicht zu verleihen.





Lesley ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Osnabrück. Sie entwickelte und leitet „Fairo Moda“, den ersten hochschuldidaktischen Kleiderverleih auf dem Universitätscampus.

INTERVIEW

Was ist Fairo Moda und wie ist es entstanden?

Fairo Moda ist ein hochschuldidaktischer Kleidungsverleih. Hier haben Studierende und Mitarbeitende der Universität Osnabrück die Möglichkeit, Kleidungsstücke auszuleihen statt zu kaufen. Die Idee kam mir 2016, als ich während meines Bachelorstudiums einen Vortrag von FEMNET besucht habe, in dem die Kleiderei erwähnt wurde. Im Rahmen einer Prüfung habe ich die Idee von Fairo Moda gepitcht. Hieraus hat sich eine Bachelor- und eine Masterarbeit und schlussendlich ein richtiger Kleidungsverleih entwickelt. Neben dem Verleih von Kleidung haben wir außerdem einen Kleidertausch und mit der Unterstützung von FEMNET einen Filmabend organisiert sowie einen Stammtisch ins Leben gerufen.

Welchen Mehrwert bietet Fairo Moda der Universität und den Studierenden?

Als erstes fällt auf, das Fairo Moda bei einem Gang durch das Universitätsgebäude optisch klar hervorsteht – es ist bunt und ein neuer Treffpunkt und Ort des Austauschs geworden. Die vorhandene Mini-Bibliothek ermöglicht es, sich über die Themen Slow und Fast Fashion zu informieren. Fairo Moda regt dazu an, den eigenen Kleidungskonsum nachhaltiger zu reflektieren und zu gestalten. Es entstehen transdisziplinäre Kooperationen, die über die Universität hinausgehen. Durch das Schaffen einer praktischen Konsumalternative erlangt das Thema vestimentäre Nachhaltigkeit zudem eine hohe Relevanz sowie Sichtbarkeit an unserer Hochschule. Derzeit gestalte ich im Rahmen meiner Dissertation ein Modul, das an Fairo Moda gekoppelt ist. So wird vielleicht auch noch einmal deutlich, warum Fairo Moda ein hochschuldidaktischer Kleidungsverleih ist. Bereits zum jetzigen Zeitpunkt binde ich Fairo Moda in meine Lehre ein und versuche das Konzept mithilfe von studentischer Evaluation sowie Mitarbeit weiterzuentwickeln. Der größte nennenswerte Punkt ist schließlich das gegenseitige Glückmachen, wenn wir Kleidung verleihen, Spenden erhalten, Geschichten zu Kleidungsstücken erfahren und diese Geschichten weitergeben können.

Wie wird Fairo Moda finanziert und wo gab es finanzielle Unterstützung?

Insgesamt ist die Studierendenunternehmung Non-Profit ausgelegt. Das Angebot ist umsonst. Wer bei Fairo etwas ausleiht, hinterlegt einmalig eine Kautions von 60 €, die zurücküberwiesen wird, wenn die Ausleihe nicht mehr erwünscht ist. Allerdings ist das Betreiben eines Kleidungsverleihs natürlich nicht umsonst. Bis Fairo Moda eine finanzielle Förderung erhalten hat, dauerte es ein paar Förderanträge. Im April 2020 förderte die Zentrale Studienkommission der Universität Osnabrück unser Projekt schließlich für 2 Jahre. Das Geld wurde für die Raumgestaltung, Konzeptentwicklung und Hilfskräfte ausgegeben.

Zum aktuellen Zeitpunkt sind die einzigen Kosten, die anfallen, die für meine Hilfskräfte. Netterweise werden diese von unserem Fachbereich (Textiles Gestalten) übernommen. Die Betriebskosten werden von der Universität gezahlt.

Letzten Endes bleibt zu sagen, dass das Projekt in jedem Fall auf eine erneute Förderung angewiesen ist, um mehr Öffnungszeiten anzubieten, das Konzept weiterzuentwickeln und das geplante Modul umzusetzen.

Manchmal hilft es, nicht zu verbissen zu sein. Das musste ich recht schnell lernen. Wenn es mit eurem Projekt nicht weitergeht, legt Pausen ein und konzentriert euch auf andere Visionen, ob die jetzt im privaten oder universitären Kontext liegen, ist egal. Mir hat es geholfen, aktiv und kreativ zu bleiben und Fairo zeitweise auch mal ein halbes Jahr zu vergessen.

Für die Reifung und Entwicklung eurer Projektidee kann ich euch nur ans Herz legen, mit Freund*innen und Kommiliton*innen in den Austausch zu gehen. Sucht euch Lehrende oder andere Anlaufstellen an oder außerhalb eurer Hochschule (z.B. FEMNET), für die eure Projektidee interessant sein könnte.

Was möchtest du Engagierten mit auf den Weg geben?

Ihr seid neugierig geworden und möchtet selbst mal bei Fairo Moda Kleidung leihen? Oder ihr habt Fragen an Lesley und ihr Team?

DANN SCHAUT VORBEI!

ADRESSE

Universität Osnabrück
Gebäude: 52/E03
Neuer Graben 7/9
(Zugang über die Seminarstraße)
49074 Osnabrück

MAIL

→ fairomoda@uni-osnabrueck.de

ÖFFNUNGSZEITEN

mittwochs 14-17 Uhr
und freitags 10-13 Uhr

VON DER VISION ZUR AKTION – DIE IDEENWERKSTATT

Bei den Aktionsideen war nichts dabei, was euch anspricht? Ihr habt Visionen für eine zukunftsfähige Bekleidungsindustrie, wisst aber nicht, wie ihr konkret darauf hinarbeiten könnt? Eine Ideenwerkstatt hilft euch, aus vagen Vorstellungen konkrete Aktionen und Projekte zu machen!

Die Ideenwerkstatt kann als erster Schritt vor der Aktionsplanung durchgeführt werden, um eine Aktionsidee gemeinschaftlich und inklusiv zu erarbeiten. Dazu ist eine gewisse Vorbereitung notwendig: Ihr könnt diesen Prozess initialisieren, indem ihr thematische Vorarbeit leistet – durch eigene Recherche oder mithilfe externer Unterstützung, beispielsweise durch Expert*innen. Die Ideenwerkstatt sollte immer moderiert und die gesammelten Ideen für alle Teilnehmer*innen visuell dokumentiert werden.

Eine Ideenwerkstatt kann in **drei Phasen** unterteilt werden:

PHASE 1: PROBLEM- ODER KRITIKPHASE

In dieser Phase geht es darum, alles zusammenzutragen, woran es im jeweiligen Themengebiet Kritik zu üben gibt. Dabei soll es noch nicht um Handlungsmöglichkeiten gehen, sondern nur um die Feststellung der Probleme, die euch besonders nahe gehen. Diese sollten nicht nur mündlich, sondern auch schriftlich gesammelt werden. Es empfiehlt sich, vom Allgemeinen hin zum Spezifischen zu arbeiten. Mögliche Fragen können sein: Wo sehen wir die größten Probleme in der Bekleidungsindustrie? Was sind die Konsequenzen des Problems? Was frustriert uns am meisten an den Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern? Was wollen wir ändern?

2

PHASE 2: VISIONS- UND UTOPIEPHASE

In der zweiten Phase werden Phantasien oder Visionen für die Problem- punkte formuliert. Hierbei ist es wichtig, möglichst frei und gerne auch „utopisch“ zu denken. Mögliche Fragen können sein: Wie sieht eine zukunftsfähige Bekleidungsindustrie für uns aus? Was möchten wir verändern? Wie sehen die perfekten Arbeitsbedingungen aus? Welchen ökologischen Ansprüchen entspricht das ideale T-Shirt?

PHASE 3: VERWIRKLICHUNGS- ODER AKTIONSPHASE

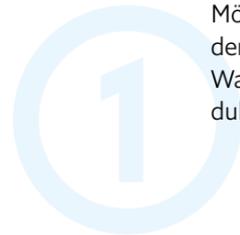
In der dritten Phase werden die Probleme und Visionen miteinander verknüpft und zu einer konkreten Idee verdichtet. Hierzu werden zunächst die Ergebnisse der ersten beiden Runden geordnet. Oft gibt es Utopien, die direkt an Probleme aus der ersten Runde anschließen und es lassen sich zentrale Themengebiete feststellen.

Habt ihr euch für ein Thema entschieden, könnt ihr nun überlegen, welche groben Schritte notwendig sind, um der Vision näherzukommen. Hierzu solltet ihr euren Alltag und die Realität einbeziehen – beispielsweise eure Ressourcen, euren Wissenstand oder eure Handlungsmöglichkeiten. Mögliche Fragen dazu sind: Was muss konkret getan werden, um die Vision mit der Wirklichkeit zu verknüpfen? Was wären erste Schritte? Was lässt sich in der Realität umsetzen? Wie können wir hier vor Ort dazu beitragen, dass die Probleme behoben werden?

Im Anschluss an den Prozess, könnt ihr eine konkrete Aktion erarbeiten. Für die Planung der Aktion findet ihr im Annex einen **→ Leitfaden**, den ihr ausdrucken und nutzen könnt.

TIPP:

- In diesem Schritt könnt ihr Visionen unabhängig von realen Bedingungen formulieren.



MITMACHEN UND AKTIV WERDEN

Die Idee steht! Wie geht es nun weiter? Im Folgenden zeigen wir euch, wo ihr euch an der Hochschule engagieren oder Unterstützung für euer Engagement bekommen könnt. Außerdem stellen wir euch beispielhaft Initiativen, Vereine und Organisationen vor, die sich für Nachhaltigkeit, Menschenrechte und verwandte Themen einsetzen – am Campus und darüber hinaus. Und da Aktionen und Projekte zumeist nicht kostenfrei zu realisieren sind, findet ihr zusätzlich **→ Tipps, wie und wo ihr finanzielle Mittel anfragen könnt.**

ENGAGEMENT AUF DEM CAMPUS

In einer **FACHSCHAFT** kann das Leben an der Universität mitgestaltet werden. Sie setzt sich für die Studienbedingungen im Fachbereich ein oder führt Projekte mit dem Fachschaftsrat durch.

Der **ASTA** (allgemeiner Studierendenausschuss) vertritt studentische Interessen gegenüber der Universität, ist Ansprechpartner für Fachschaften und andere studentische Gruppen, fördert deren Projekte oder organisiert eigene Veranstaltungen.

In den **ASTA-REFERATEN** findet die thematisch-inhaltliche Arbeit des AStA statt. Die Referate haben unterschiedliche Arbeitsschwerpunkte, wie Nachhaltigkeit, Gender, Ökologie oder Soziales. Eine Übersicht der AStA-Referate findest du auf der AStA-Webseite deiner Hochschule.

Die **AUTONOMEN REFERATE** dienen der Förderung der Belange einzelner Interessensgruppen. Sie arbeiten inhaltlich unabhängig, aber in Kooperation mit den Kernreferaten des AStA und den Fachschaften.

STUDENTISCHE GRUPPEN UND INITIATIVEN auf dem Campus bereichern das universitäre Leben mit sozialen, kulturellen, ökologischen oder hochschulpolitischen Themen. Die „anerkannten“ studentischen Initiativen werden oft auf der Webseite der jeweiligen Hochschule vorgestellt.

An vielen Hochschulen haben sich die Studierenden **SELBSTVERWALTETE RÄUME** auf dem Campus geschaffen, in denen sie Gestaltungsfreiheit besitzen, um aktiv zu werden, Veranstaltungen zu organisieren und vieles mehr.

In **SERVICE-LEARNING-PROJEKTEN** setzen Studierende in interdisziplinären Teams ihr Know-how, ihre Interessen und ihre Fähigkeiten im Sinne gemeinnütziger Organisationen und Initiativen ein. An zahlreichen Hochschulen hat sich dieses Format, das fachliches Lernen mit projektartigem Handeln verbindet, als festes Angebot etabliert.



Foto © Astrid Piethan



→ amnesty-hsgkoeln.de/



→ saubere-kleidung.de/
regionalgruppen/

Kampagne für Saubere Kleidung
Clean Clothes Campaign Germany



→ fashionrevolutiongermany.de

→ sneep.info/



→ netzwerk-n.org/

→ fairtrade-universities.de



→ www.greenpeace-bonn.de/



→ instagram.com/reparaturbrunch

[*] Dies sind nur Beispiele, schaut an eurer Hochschule oder in eurer Stadt nach weiteren Möglichkeiten für Engagement.

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 hier dargestellten Schritte sowie **→ eine ausführlichere Tabelle auf Seite 42** helfen euch bei der Planung, Durchführung und Nachbereitung eurer Aktionen und Projekte. Eine gute Vorbereitung ist die Basis für jede Aktion, weshalb es sich empfiehlt, ausreichend Zeit in die Planung zu stecken.

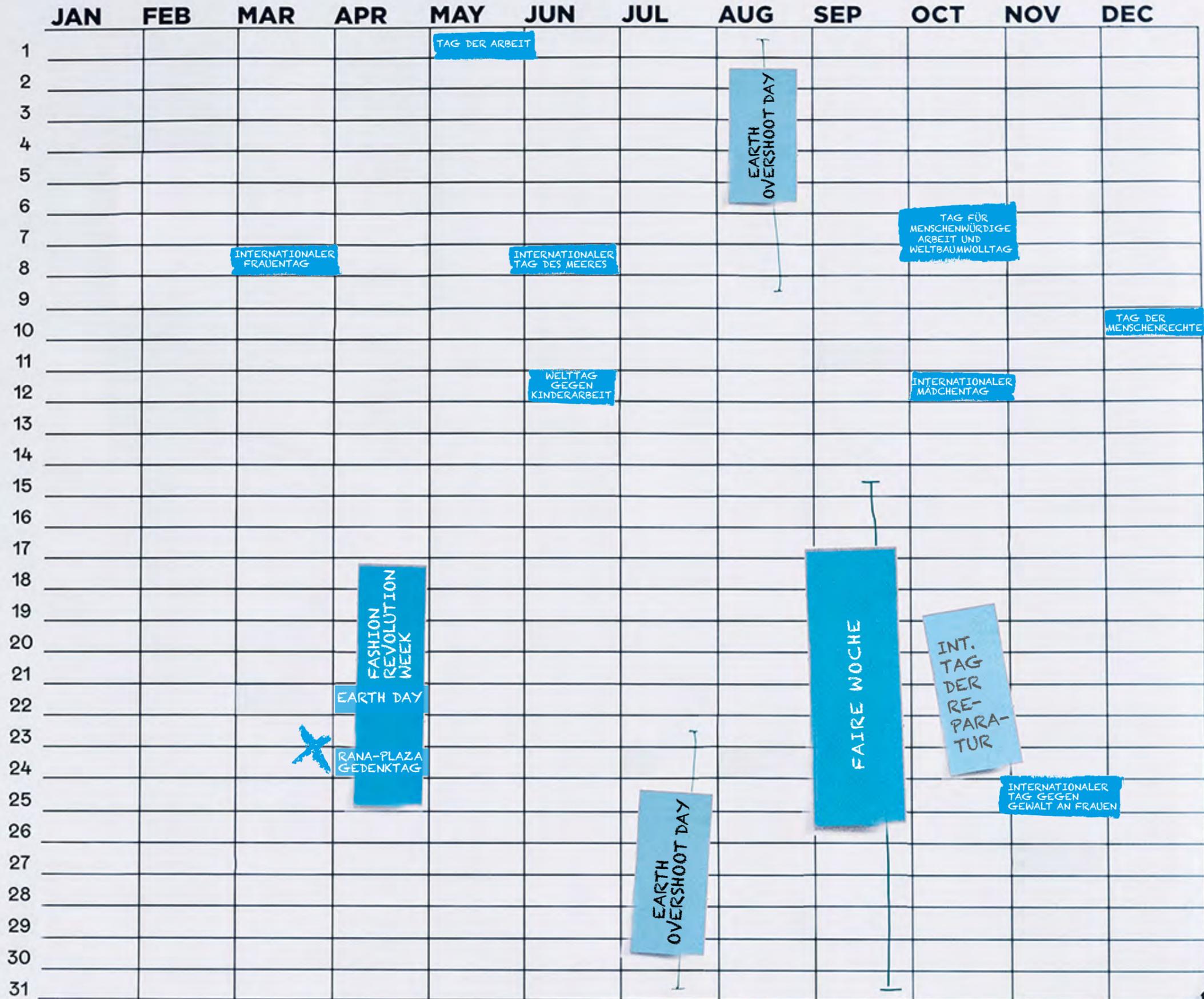
LEITFADEN AKTIONSPLANUNG

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

Gedenk- und Feiertage, die sich für eine Aktion zu Menschenrechten in der Mode anbieten.



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 Akteuren 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.

FINANZIERUNGS- MÖGLICHKEITEN

¹ **ASTA, STURA** oder sonstige studentische Vertretungen an der Hochschule
Externe Fördergeber wie Stiftungen, Ministerien bzw. **ENGAGEMENT GLOBAL**²
deren Servicestellen wie

² → www.engagement-global.de/studierende-und-berufstaetige.html

STÄDTE, KOMMUNEN
oder andere regionale und lokale Ansprechpartner*innen

VEREINE, ORGANISATIONEN ODER INITIATIVEN,
mit denen Kooperationen eingegangen werden können

EIGENE FUNDRAISING-AKTIONEN,
wie beispielsweise Crowdfunding, Einnahmen aus Verkäufen oder Spenden

WETTBEWERBE, die Engagement mit Preisgeldern fördern

Bitte beachtet, dass ihr für einige der Finanzierungsmöglichkeiten eine Vereinsform braucht.



¹ Der AStA/StuRa deiner Hochschule bietet verschiedene Möglichkeiten der finanziellen und ideellen Förderung – für etablierte Studierendeninitiativen ebenso wie für informelle Gruppen oder Einzelpersonen.

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.



Impressum

Herausgegeben von
FEMNET e.V.

Geschäftsstelle:
Kaiser-Friedrich-Str. 11
53113 Bonn

Telefon +49 (0) 228 909 17 309
E-Mail: kerstin.dahmen@femnet.de
Internet: femnet.de/hochschulen

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

V.i.S.d.P.: Dr. Gisela Burckhardt
Autorinnen: Ruth Helmingdirks
und Kerstin Dahmen
Layout: Catharina von Poser
Titelfoto: Astrid Piethan

Wir danken: Lilith Werner, Mona Meyer, Sabine Kaldonek, Andrea Lindner, Lesley-Ann Baldwin, Malina Lump, den Mitgliedern von Fairquer, Dr. Sonja Geiger und Dr. Vivian Frick für die Mitarbeit an dem Aktionshandbuch – und allen Personen, Initiativen und Vereinen, 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

