

UNTRAGBAR?

Nachhaltige Mode als Thema für die Grundschule

Mega, das neue trendige Shirt kostet nur 4,99 €! Zwei junge Mädchen kreischen um die Wette und präsentieren ihre ausufernde Shoppingausbeute auf Youtube. Haul-Videos sind ein Renner im Netz. Sie dokumentieren sehr eindringlich das System der Fast Fashion. Preisgünstige Bekleidung, die in Massen produziert wird. Häufig billige Kopien von Entwürfen der internationalen Top-Designer. Meist nur wenige Male getragen und dann entsorgt. Weil neue coole Trends folgen oder weil das Teil nicht einmal die erste Wäsche überstanden hat. Der Konsum wird immer rastloser, die Taktung immer schneller. Waren es früher noch zwei Kollektionen pro Jahr, produzieren Modeketten heute in immer schnelleren Rhythmen, bis zu 24 neue Kollektionen pro Jahr. Global agierende Konzerne bedienen die Sehnsucht nach dem immer Neuen. Im Schnitt kaufen wir Deutschen 60 neue Kleidungsstücke pro Jahr, Jugendliche sogar deutlich mehr. Selbst wenn der Kleiderschrank überquillt, werden neue Teile gekauft – zum Zeitvertreib, aber natürlich auch, um den neuesten Trends zu folgen.

Auch Grundschüler verfügen bereits über ein Bewusstsein für Mode. Sie haben Wünsche. Sie kennen Marken. Sie tauschen sich untereinander aus, welche Kleidung gerade angesagt ist. Sie entwickeln sehr früh ein Bewusstsein für das textile Produkt. Mit kaum einem anderen Erzeugnis kommen Kinder so früh und hautnah in Berührung wie mit Textilien. 44 Prozent der Grundschülerinnen und Grundschüler entscheiden selbst, was sie morgens anziehen.¹ Coole Klamotten begeistern die Kinder. Mode macht Spaß. Beim Thema Mode lassen sich Kinder mitreißen. Das vertraute Produkt Bekleidung ist daher ein hervorragendes Thema, um schülernah, vielfältigste Betrachtungen im Bereich der Umweltbildung vorzunehmen. Dies sind einerseits ökologische Folgen des enormen Modekonsums, aber auch soziale Aspekte der Bekleidungsherstellung.

Die Auseinandersetzung mit der Kleidung beinhaltet eine Vielzahl von Fragen: Was ist das, ein Bekleidungsstück? Aus was besteht ein Bekleidungsstück? Die Kinder lernen verschiedene textile Rohstoffe kennen. Schon mit Grundschulern können ein-

¹ <https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/kids-verbraucheranalyse-2013-die-kinder-entscheiden-selbst-was-sie-wollen-12399556/infografik-12399788.html> (abgerufen am 29.6.2020)

fache Übungen zur Faserunterscheidung zum Beispiel zwischen Baumwolle und Polyester durchgeführt werden. Wie und wo wachsen und entstehen textile Fasern? Wie wird daraus Bekleidung? Wo kommt unsere Bekleidung her? Fächerübergreifend können die Hintergründe der Modewelt analysiert werden. Methodisch können theoretische Einheiten mit praktischen Übungen kombiniert werden. Im Heimat- und Sachunterricht steht das „Wie und wo wird Bekleidung hergestellt?“ im Vordergrund. In Religion und Ethik werden die Arbeitsbedingungen der Arbeiter*innen in der Textilindustrie diskutiert, im Fach Werken und textiles Gestalten die textilen Rohstoffe analysiert und differenziert. Hier könnte man den Unterschied zwischen Web- und Maschenware erarbeiten oder auch Färbeversuche mit Pflanzenfasern realisieren. In Mathematik zählen Erstklässer, wieviele T-Shirts, Hosen und Pullover im eigenen Kleiderschrank zu finden sind. Drittklässler errechnen die Strecke, die ein T-Shirt während seines Herstellungsprozesses zurücklegt. Im Schulgarten gedeiht mit viel liebevoller Pflege eine kleine Baumwollpflanze. Beim Schulfest könnte ein Theaterstück zum Thema „Textiler Konsum“ aufgeführt werden. Wir können den aufwendigen Herstellungsprozess von Bekleidung auf vielfältigste Art beleuchten, das Bewusstsein für Mode fördern und so zu einem verantwortungsvolleren Umgang mit dem Textilkonsum anregen.

Kinder prägen das textile Einkaufsverhalten ihrer Eltern als „Influencer“ und treffen dann mit zunehmendem Alter immer mehr eigene textile Entscheidungen. Die Kaufkraft von Kindern und Jugendlichen in Deutschland ist so groß wie nie zuvor. Schon Sechs- bis Neunjährige verfügen über durchschnittlich 32,50 € pro Monat, Teenager zwischen 10 und 23 Jahren sogar über 67€. Je älter die jungen Menschen werden, desto mehr rückt das Interesse für Kleidung und Mode in den Mittelpunkt, desto höher liegt der Anteil der Ausgaben für Bekleidung.² Man kauft oft und spontan. Mode muss für die jungen Konsumenten vor allem gut aussehen und billig sein. Dies belegt eine im Jahr 2015 von Greenpeace in Auftrag gegebene Studie zum Modekonsum von Jugendlichen zwischen zwölf und neunzehn Jahren. 81 Prozent der Kaufentscheidungen werden in dieser Altersgruppe aufgrund der Optik, des Schnittes, des Materials und der Farbe gefällt. Zudem lassen sich Jugendliche von günstigen Preisen locken. Der Preis ist zu 49 Prozent ausschlaggebend für die Kaufentschei-

² <https://jungezielgruppen.de/taschengeld-studie-2017/> (abgerufen am 29.6.20202)

dung.³ Nur sehr selten investiert man in teure Markenbekleidung. Auch Jugendliche mit größerem Budget kaufen lieber viele Teile für wenig Geld. So verwundert es nicht, dass als bevorzugte Einkaufsstätten vor allem Fast Fashion Ketten wie H&M, C&A, Zara und Primark sowie Online Plattformen wie Zalando genannt werden.⁴ Hier kann jeder, auch der Teenager mit geringem Budget, der Verlockung preiswerter Mode folgen und Konsumbedürfnisse befriedigen. Kaufen macht glücklich. So scheint es. Der Kaufrausch setzt beim Käufer das Glückshormon Dopamin frei, ein Neurotransmitter, der motivationssteigernde Effekte hat. Diese Kicks verfliegen leider sehr schnell und so folgt schnell ein weiterer Shoppingexzess.

Doch die schnell und unreflektiert gekauften, billigen Teile füllen leider oft nur den Kleiderschrank und werden nach kürzester Zeit ersetzt. Ein Partytop wird im Schnitt nur 1,7 Mal getragen.⁵ Die durchschnittliche Lebensdauer eines Kleidungsstückes in Kleiderschränken von Jugendlichen beträgt etwa ein Jahr. Viele Teile werden jedoch auch entsorgt, da ihre Qualität so schlecht ist, dass sie nicht einmal die erste Wäsche überstehen. Haltbarkeit, Verarbeitung und Qualität stehen bei den jungen Kund*innen nicht im Fokus. Nur bei einem Drittel der Käufe sind sie kaufentscheidend.⁶ Mode wird zum Wegwerfprodukt.

So steigt und steigt die weltweite textile Produktion unaufhaltsam. Seit dem Jahr 2000 hat sie sich mehr als verdoppelt.⁷ Ein Blick hinter die Fassade des Modezirkus zeigt die Auswirkungen dieses übermäßigen, schnellen und preisgünstigen Massenkonsums auf die Umwelt und die Menschen in den Erzeugerländern.

Ein typischer Rohstoff des T-Shirts für 4,99€ ist Baumwolle, ein Rohstoff aus dem etwa ein Drittel unserer Bekleidung hergestellt wird. Konventionelle Baumwolle wird in riesigen Monokulturen, teils genmanipuliert, in über 80 Ländern weltweit angebaut. Doch dies ist teilweise mit katastrophalen Folgen verbunden: Kaum eine andere Pflanze wird häufiger mit Insektiziden und Pestiziden behandelt. Baumwoll-Plantagen nehmen nur drei Prozent der weltweiten Ackerflächen in Anspruch, verbrauchen aber

³ <https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/mode-unter-jugendlichen-greenpeace-umfrage.pdf>
(abgerufen am 29.6.2020)

⁴ <https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/mode-unter-jugendlichen-greenpeace-umfrage.pdf>
(abgerufen am 29.6.2020)

⁵ https://www.deutschlandfunk.de/konsumverhalten-von-jugendlichen-kaufkraft-ohne-moral.724.de.html?dram:article_id=327063
(abgerufen am 29.6.2020)

⁶ <https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/mode-unter-jugendlichen-greenpeace-umfrage.pdf>
(abgerufen am 29.6.2020)

⁷ https://greenwire.greenpeace.de/system/files/201904/s01951_greenpeace_report_konsumkollaps_fast_fashion.pdf
(abgerufen am 29.6.2020)

25 Prozent aller Pestizide und Insektizide, die von der WHO teilweise als kritisch eingestuft sind.⁸ Zudem benötigt man für den Anbau von Baumwolle unfassbare 11.000 Liter Wasser pro Kilogramm Fasermaterial. Diese Wassermassen werden beispielsweise in Usbekistan aus dem Aralsee gewonnen, dem einst viertgrößten See der Welt. Mittlerweile ist das Gewässer durch massiven Anbau von Baumwolle auf ein Drittel seiner Fläche geschrumpft und weite Gebiete rund um den See sind heute eine Salzwüste.

Auch die Weiterverarbeitung der Baumwolle ist bedenklich. Es kommen Hunderte verschiedener Chemikalien zum Einsatz. Farbstoffe, Bleichmittel und Veredelungschemikalien sorgen für brillante Farben, für knitterarme, pflegeleichte Textilien und für schimmernden Glanz. Eine Vielzahl dieser Substanzen sind in Europa seit vielen Jahren verboten. Allerdings wird der größte Teil unserer Bekleidung in den Niedriglohnländern wie China, Indien, Bangladesch und Vietnam gefertigt. Hier sind die Umweltauflagen recht niedrig und die problematischen Substanzen noch nicht aus den Herstellungsprozessen verdammt. Viele dieser Chemikalien gelten als krebserregend, hormonell wirksam oder toxisch für Menschen und Tiere. Folglich stellen sie eine erhebliche Gefahr für die Mitarbeiter in den Betrieben dar, aber auch die Umwelt ist in großem Maße durch die Einleitung der ungeklärten Abwässer beeinträchtigt. In manchen Regionen lassen sich die Trendfarben der kommenden Saison an der Färbung der Flüsse ablesen.

In China gelten beispielsweise zwei Drittel der chinesischen Flüsse und Seen als kontaminiert.⁹ Die Problematik kritischer Substanzen ist jedoch keineswegs auf die Erzeugerländer begrenzt, denn mit der häuslichen Wäsche gelangen diese auch in unsere heimischen Flüsse und Seen.

Grundsätzlich muss die textile Produktion eines Baumwollshirts nicht nur aus ökologischer Sicht kritisch betrachtet werden, sondern auch die sozialen Folgen können verheerend sein. In den Fabrikhallen Südostasiens sind die Arbeiterinnen und Arbeiter meistens unter ausbeuterischen und menschenunwürdigen Bedingungen tätig. Für 12–16 Arbeitsstunden pro Tag und sechs Tage die Woche bekommen die Arbeiterinnen und Arbeiter häufig Löhne, die kaum existenzsichernd sind.

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=EYoz-3No-54>, (abgerufen am 29.6.2020)

⁹ <https://www.greenpeace.de/themen/endlager-umwelt/textilindustrie> (abgerufen am 29.6.2020)

Um das Überleben der Familien zu garantieren, müssen häufig auch die Kinder arbeiten. Man geht davon aus, dass in der Textilindustrie 72 Millionen Kinder tätig sind.¹⁰ In den Nähereien der westlichen Auftraggeber sind Kinderarbeiter mittlerweile selten zu finden, sie arbeiten überwiegend in den vorgelagerten Produktionsstufen, maßgeblich im Baumwollanbau oder auch in den Spinnereien und Webereien. Oft ist ihre Arbeit im Familienverbund angesiedelt, wo sie mit der ganzen Familie für einen Hungerlohn die Baumwollpflanzen pflegen oder Pailletten auf T-Shirts nähen. Viele Kinder arbeiten bereits vor dem zwölften Lebensjahr. Für die Schule bleibt dann wenig Zeit, ein Drittel der Kinderarbeiter besucht keine Schule.¹¹

Im April 2013 reagierte der westliche Verbraucher mit Entsetzen auf den Einsturz der Textilfabrik Rana Plaza in Bangladesch. 1.100 Arbeiterinnen und Arbeiter starben bei dem Unfall, 2.400 weitere wurden verletzt. Geändert hat sich an den katastrophalen Bedingungen, unter denen unsere Kleidung produziert wird, seither jedoch nur wenig. Nur sehr schleppend werden die gesetzlichen Mindestlöhne in den Produktionsländern angehoben. Dabei entfallen bei der Preiskalkulation eines Kleidungsstückes nur maximal ein bis zwei Prozent der Kosten auf den Lohn für die Textilarbeiter*innen, bei einem T-Shirt sind das nur fünf Cent. Folglich würde sich sogar die Verdopplung der Löhne in den asiatischen Produktionsstätten nur marginal auf den Preis in unseren Modeläden auswirken. Doch obwohl sich immer mehr Modefirmen auf dem Papier zu existenzsichernden Löhnen verpflichten, verdienen die Arbeiter*innen in den Lieferketten am anderen Ende der Welt kaum genug, um in Würde leben zu können.¹²

Die Textilbranche zählt zu den am stärksten globalisierten Wirtschaftsbereichen überhaupt: Unser T-Shirt durchwandert mehrere Kontinente bis es auf dem westlichen Ladentisch landet. So wird beispielsweise die Baumwolle in Burkina Faso angebaut, in China versponnen, in Indien gefärbt, in Taiwan wird die T-Shirt-Ware hergestellt, in Bangladesch konfektioniert man und versendet die Ware nach Deutschland. Die globale Arbeitsteilung über mehrere Kontinente hinweg hat extreme Transportstrecken zur Folge. Ein T-Shirt macht eine halbe Weltreise und trägt entscheidend zum CO₂-Ausstoß bei.

¹⁰ <https://www.tdh.de/was-wir-tun/arbeitsfelder/kinderarbeit/> (abgerufen am 29.6.2020)

¹¹ <https://www.tdh.de/was-wir-tun/arbeitsfelder/kinderarbeit/alles-unter-kontrolle/kinderarbeit-und-existenzsichernde-loehne/> (abgerufen am 6.7.2020)

¹² https://cleanclothes.at/media/filer_public/fa/fb/fafbbd5a-1357-4fbc-ab64-e059b784c9b9/report-firmencheck2019_ck_d_def_high_web.pdf (abgerufen am 12.7.2020)

All diese Missstände der globalisierten Bekleidungsindustrie sind in den letzten Jahren immer mehr in unser Bewusstsein geraten. Auch die junge Zielgruppe ist nicht ahnungslos. Sie verfügen durchaus über Informationen zur Ökologie und den Arbeitsbedingungen in der Textilherstellung. 83 Prozent der Jugendlichen ist bekannt, dass bei der Produktion von Bekleidung kritische Chemikalien zum Einsatz kommen. 74 Prozent der Jugendlichen sind sich der negativen Auswirkungen der Textilproduktion auf unsere Umwelt bewusst und fast alle befragten Teenager (96 Prozent) haben bereits von den menschenunwürdigen Bedingungen in den Textilfabriken in Asien gehört.¹³ Trotzdem werden diese Aspekte beim Einkauf fast immer ausgeblendet. Die Herstellungsbedingungen spielen laut Greenpeace Studien nur bei zehn Prozent der Einkäufe eine Rolle.¹⁴ Das Wissen um die Probleme in der Textilindustrie wird nur sehr selten mit der eigenen Kaufentscheidung in Verbindung gebracht.

Die Jugendlichen wollen zwar ökologisch und sozial verantwortlich handeln, aber sie möchten bei Dingen, die für Lebensfreude und Genuss stehen keine Abstriche machen.¹⁵ Man konsumiert meist nach dem Motto: „Immer wieder viel, immer wieder neu und vor allem gerne billig!“ Während der Kaufwunsch von Schulanfängern noch häufig von einem bestimmten Actionhelden oder einer bestimmten Farbe abhängig ist, steigt mit zunehmendem Alter das Produktwissen und die Präferenz für bestimmte Modemarken. Fashionprodukte mit ihren Verwandlungsversprechen unterstützen den Weg zum Erwachsenwerden sowie zur Ausbildung der eigenen Identität. Zugehörigkeiten und Positionen werden markiert. Der Besitz der „richtigen“ Marke befriedigt und verschafft Anerkennung.

Die Markentreue wird im Alter zwischen dem achten und zehnten Lebensjahr geprägt.¹⁶ Werden Kinder und Jugendliche nach ihren bevorzugten Marken befragt, so nennen sie die bekannten Modeketten der Fast Fashion und auch Sportbrands wie Adidas und Puma.

Obwohl das Angebot an fair und ökologisch hergestellter Mode stark steigend ist, werden diese Brands von Jugendlichen nicht erwähnt. Laut Greenpeace kennen nur drei bis sechs Prozent der Jugendlichen nachhaltige Brands wie Armedangels oder

¹³ https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/mode-unter-jugendlichen-greenpeace-umfrage_zu_sammenfassung_1.pdf (abgerufen am 29.6.2020)

¹⁴ https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/mode-unter-jugendlichen-greenpeace-umfrage_zu_sammenfassung_1.pdf (abgerufen am 10.7.2020)

¹⁵ https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/jugendstudie_bf.pdf (abgerufen am 10.7.2020)

¹⁶ http://www.politikundunterricht.de/3_04/bauc.htm (abgerufen am 25.6.2020)

Nudie.¹⁷ Green Fashion genießt kein besonders hohes Ansehen. Man beklagt die mangelnde Auswahl und empfindet die Bekleidung als zu wenig cool. Die Tatsache, dass die Mode fair und umweltverträglich hergestellt ist, reicht als Kaufanreiz nicht aus. Jugendkulturforscher Philipp Ikrath formuliert, dass Ethik in der Konsument-scheidung von jungen Menschen nur dann eine Rolle spiele, wenn sich damit eine Außenwirkung erzielen ließe. Die Nachhaltigkeit eines Brands allein reicht da wohl nicht aus.¹⁸ Auch das Vorurteil, faire Mode sei zu teuer, hält sich hartnäckig. Das ist nicht verwunderlich, denn fragt man die Jugendlichen nach ihren Informationsquellen in Sachen Mode, so wird zunächst der Austausch im Freundeskreis genannt. Zur Inspiration dienen darüber hinaus die kommerziellen Websites zum Beispiel Zalando und die Seiten der einschlägigen Modeketten wie H&M und Zara.¹⁹ Diese befeuern naturgemäß den Konsum und bewerben immer neue Trends. Es werden Bedürfnisse geweckt. Der Gedanke, lieber ein Teil weniger zu kaufen, dafür in Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung zu investieren, wird hier natürlich nicht vermittelt.

So verwundert es nicht, dass auch textile Ökosiegel in dieser Kundengruppe kaum bekannt sind und somit kaum eine Rolle spielen. Nur zehn Prozent haben Kenntnis von Siegeln wie Ökotex, GOTS oder Fairtrade.²⁰ Secondhand-Kleidung als Alternative zum Shopping bei großen Modekonzernen rückt erst nach und nach ins Bewusstsein der jugendlichen Konsumenten. Der Kleidung von Secondhandläden, Flohmärkten und Online-Plattformen wie Kleiderkreisel stehen nach wie vor viele Jugendliche skeptisch gegenüber. Es wird oft befürchtet, sie sei nicht sauber genug.²¹ Interessanterweise trifft das Gegenteil zu, während neue Bekleidung mit einer Vielzahl toxischer Chemikalien belastet ist, sind diese kritischen Substanzen bei getragenen Textilien bereits ausgewaschen. Secondhand-Teile sind somit sauberer als neue Mode. Die eigene getragene Kleidung landet nur sehr selten im Wiederverkauf. Immerhin verschenken 50 Prozent der Befragten Kleidung an Freunde oder innerhalb der Familie. Getauscht wird allerdings kaum. Über 70 Prozent spenden an soziale Einrichtungen oder bringen Abgelegtes in die Altkleidersammlung.²²

In Deutschland werden pro Jahr circa 1,1 Millionen Tonnen Textilien über Container-

¹⁷ <https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/mode-unter-jugendlichen-greenpeace-umfrage.pdf> (abgerufen am 10.7.2020)

¹⁸ https://www.deutschlandfunk.de/konsumverhalten-von-jugendlichen-kaufkraft-ohne-moral.724.de.html?dram:article_id=327063 (abgerufen am 10.7.2020)

¹⁹ <https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/mode-unter-jugendlichen-greenpeace-umfrage.pdf> (abgerufen am 10.7.2020)

²⁰ <https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/mode-unter-jugendlichen-greenpeace-umfrage.pdf> (abgerufen am 10.7.2020)

²¹ <https://www.greenpeace.de/themen/endlager-umwelt/kaum-grun-im-schrank> (abgerufen am 10.7.2020)

²² <https://www.greenpeace.de/themen/endlager-umwelt/kaum-grun-im-schrank> (abgerufen am 10.7.2020)

sammlungen entsorgt.²³ Meist mit guten Absichten, man glaubt die Bekleidung an Bedürftige weiterzugeben, doch nur maximal zehn Prozent der gesammelten Textilien landet tatsächlich bei Mittellosen.²⁴ Altbekleidung war lange ein „Big Business“ und wurde hauptsächlich als Secondhandware nach Osteuropa und Afrika verkauft. Doch inzwischen sind die Märkte von Second-Hand-Kleidung gesättigt. Viele Länder beschränken die Einfuhr von Altkleidung zum Schutz der heimischen Textilproduktionen und auch die immer schlechter werdende Qualität der Fast-Fashion-Teile hemmt den Wiederverkauf. Der Markt für Altbekleidung bricht weg. Die Technologien des Textilrecyclings stecken noch im frühen Entwicklungsstadium, so dass nur ein kleiner Teil des Fasermaterials von Alttextilien zur Produktion neuer Bekleidung verwendet wird. Die Berge ausgedienter Textilien sind letztendlich zu einem weiteren gravierenden Problem der Branche geworden.

Doch glücklicherweise zeichnen sich mittlerweile Gegenbewegungen ab. Die Slow Fashion Bewegung gewinnt als Gegenmodell zur Fast Fashion zunehmend an Bedeutung. Die Art und Weise wie Kleidung hergestellt, genutzt und entsorgt wird, wird vermehrt in Frage gestellt. Slow Fashion fordert Produzenten und Konsumenten zu mehr Verantwortung und Respekt gegenüber Mensch, Umwelt und Produkten heraus. Sie verlangt Einblick in die Herstellungsbedingungen, erwartet umweltverträglichere Rohstoffe und Produktionsmethoden. Sie strebt eine Entschleunigung der Branche an. Die Eindämmung des übermäßigen Konsums wird zum zentralen Ziel der Bewegung.

Das Bewusstsein für faire Mode steigt, auch bei den Jugendlichen. Noch kauft eine breite Masse der Bevölkerung vor allem billig, doch das Angebot an modischer, nachhaltiger Mode wächst rasant. Neue Designer und Labels schießen wie Pilze aus dem Boden. Oft sind es kleine, junge Brands wie das Münchner Label THOKKTHOKK. Sie überzeugen durch trendigeres, modisches Styling und oft auch durch innovative, spannende Materialien wie Fasern aus Orangenresten, Fasern aus Meeresplastik oder veganen Ledern aus Pilzen. Die Zeiten der wenig attraktiven grau-beigen, oversized Kartoffelsackoptik sind vorbei. Auch Modemagazine greifen das Thema zunehmend auf, präsentieren die fairen Labels und zeigen grüne Modestrecken. Stars aus dem Film- und Musikbusiness zeigen sich in Fairfashion und fungieren bei der jungen Käuferschicht als positive Imagenträger.

²³ <https://www.ndr.de/ratgeber/verbraucher/Wegwerfgesellschaft-Deutschland-Mode-Altkleider.kleidung170.html> (abgerufen am 10.7.2020)

²⁴ <https://www.dw.com/de/der-alkleider-wahnsinn-mit-spenden-schlechtes-tun/a-46450796> (abgerufen am 10.7.2020)

Den oben erwähnten verbreiteten Vorurteilen zum Trotz werden mittlerweile auch Secondhand-Läden und Flohmärkte bei der jungen Käuferschicht immer beliebter.²⁵ Das muffige, alte Image, das Secondhand lange umwehte, weicht zunehmend der Massentauglichkeit. Statt eine weitere Wegwerfklamotte zu shoppen, wird der Kleiderschrank mit Mode aus dem Secondhand aufgepimmt. Pre-Loved-Fashion, wie Secondhandware neuerdings liebevoll bezeichnet wird, betont, dass diese Kleidung ein zweites Leben verdient und nicht etwa im Müll entsorgt werden soll.

Es gibt also unbestritten Alternativen zum schnelllebigen Trashprodukt. Laut Greenpeace wünschen sich 50 Prozent der Jugendlichen mehr Informationen zu fair und ökologisch hergestellter Mode. Sie zeigen ein deutliches Interesse an Konsumalternativen, welches schon früh gefördert werden sollte.²⁶

Aus den Erkenntnissen zum Konsum von Jugendlichen lassen sich wichtige Ansätze für Umweltbildung in Grundschulen ableiten. Wissen allein bewirkt zwar noch keine Verhaltensänderung. Es ist aber eine unabdingbare Voraussetzung, um ein Problembewusstsein zu schaffen und zu Lösungsansätzen zu kommen. Durch die Projekte der textilen Umweltbildung erlangen Kinder, als aktuelle und zukünftige Konsument*innen, einen Einblick in die vielfältigen globalen Probleme, die mit der Herstellung und dem Gebrauch und der Entsorgung ihrer Bekleidung verbunden sind. Sie werden frühzeitig sensibilisiert für die Arbeitsbedingungen der Textilarbeiter*innen und lernen die Prozesse der Herstellung eines textilen Produktes kennen. Sie verstehen die Folgen ihres eigenen Konsums. Je größer das Wissen um die Hintergründe der Bekleidungsindustrie, je höher das Problembewusstsein, desto eher werden typische Einkaufsverhalten in Frage gestellt. „Welche Kleidung kann ich dann überhaupt noch kaufen?“ Das ist die typische Frage der Kinder. Bedeutet bewusster Konsum zwangsläufig Askese und Verzicht? Nein – die Suche nach umweltverträglicheren Alternativen schafft Begeisterung bei Kindern. Ein textiles Siegel auf dem Etikett der Hose wiederzuerkennen, bringt einen Aha-Effekt. Kleidertauschen klingt spannend. Die Klasse organisiert eine Kleidertauschparty. Ein gemeinsamer Ausflug in einen Secondhand Laden gibt Einblick, wie das System dieser Geschäfte funktioniert. Die Oma unterstützt im Repaircafé beim Flickern von defekter Kleidung. Die Werken-Lehrerin gibt Upcyclingtipps, und schnell werden aus langweiliger Kleidung neue Lieblingsstücke.

²⁵ <https://www.spiegel.de/wirtschaft/secondhand-boomt-liebhaberstuecke-statt-wegwerfmode-a-1246828.html>
(abgerufen am 10.7.2020)

²⁶ <https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/mode-unter-jugendlichen-greenpeace-umfrage.pdf>
(abgerufen am 10.7.2020)

Nachhaltige Mode kann durchaus Spaß machen!

Welche Aspekte können nun im Detail mit Kindern diskutiert und erarbeitet werden?

1. DIE SENSIBILISIERUNG FÜR DEN TEXTILEN KONSUM

Wieviel Bekleidungsstücke habe ich in meinem Schrank?

Wieviel Teile brauche ich wirklich?

Warum wünsche ich mir die neue Jacke, obwohl die alte Jacke noch passt?

Wer sucht aus?

Auf was achte ich beim Kauf? Was ist meinen Eltern wichtig?

Optik, Farbe? Preis, Qualität, Langlebigkeit?

Welche Rolle spielt Mode für die Kinder?

Wer bestimmt, was angesagt ist? Was ist Mode?

Muss man bestimmte Kleidung tragen, um als cool zu gelten?

ANREGUNGEN UND TIPPS

- Sprechmühle über persönliche Bedeutung der Marke eines Kleidungsstückes
- Rollenspiele: Wer kauft, warum?

2. DIE FÖRDERUNG DES BEWUSSTSEINS FÜR DAS TEXTILE PRODUKT

Aus welchen Fasermaterialien kann Bekleidung bestehen?

Was ist Baumwolle?

Woher kommt Wolle?

Wie werden Kunststofffasern (Synthetische Fasern) hergestellt?

Aus welchen Fasern bestehen meine Kleider?

Woher weiß ich, aus welchem Material meine Kleidung besteht?

Welche Fasern sind umweltverträglich?

ANREGUNGEN UND TIPPS

- Mit einfachen Mitteln lernen Grundschul Kinder Baumwolle von Wolle und synthetischen Fasern zu unterscheiden
(gerne Unterstützung durch die Autorin dieses Artikels)

3. DIE HERSTELLPROZESSE VON TEXTILIEN

3.1. WIE WRD BEKLEIDUNG HERGESTELLT?

ANREGUNGEN UND TIPPS

- Veranschaulichung der textilen Prozesskette

In verschiedenen Stationen: Die Baumwollfasern, das Spinnen von Garn, das Färben des Garnes, das Weben (Kinderwebrahmen) und das Stricken (Stricknadeln), das Nähen des Bekleidungsstückes (Nähmaschine)

- Besuch des Textilmuseums in Augsburg (TIM)
- Film zum Herstellungsprozess eines T-Shirts

Die textile Kette: <https://www.youtube.com/watch?v=6l3ITUv8EmU>

3.2 WO WIRD MEINE BEKLEIDUNG HERGESTELLT ?

Was steht auf dem Etikett?

Wo werden Fasern angebaut?

Wo wird genäht?

Welche Transportwege hat Kleidung?

ANREGUNGEN / TIPPS

- Übertragung der textilen Wertschöpfungskette auf Weltkarte (Baumwollanbau, Spinnerei, Herstellung des Stoffes, ...)

Messen der Transportstrecken durch Faden

- Die globale Jeans: <https://www.youtube.com/watch?v=iriL2MimVaA> und Die textile Kette : <https://www.youtube.com/watch?v=6l3ITUv8EmU>

3.3 WER STELLT MEINE BEKLEIDUNG HER?

Wie sind die Arbeitsbedingungen der Menschen, die unsere Bekleidung herstellen?

Warum müssen auch Kinder arbeiten?

TIPPS UND ANREGUNGEN

- Veranschaulichung Akkordarbeit: Wir lernen einen Knopf anzunähen. Wir stoppen mit der Stoppuhr. Wie fühlt es sich an unter Druck zu nähen?
- Rollenspiele zum Thema faire Löhne (Rollen: Näher*in, Fabrikbesitzer, Chef*in der westlichen Modekette, Fast Fashion-Kund*in, nachhaltig orientierter Kunde)
- Arbeitsmaterial: Christliche Initiative Romeo e.V. Eingefädelt siehe „Weiterführende Literatur, Links und Bezugsquellen“

4. WELCHE AUSWIRKUNGEN HAT DIE PRODUKTION VON BEKLEIDUNG AUF DIE UMWELT UND DIE MENSCHEN?

Welche Auswirkungen hat der Faseranbau?

Welche Auswirkungen haben das Färben?

Welche Folgen hat die Herstellung der Bekleidung?

TIPPS UND ANREGUNGEN

- Zur Veranschaulichung der vielfältigen Auswirkungen der Produktion werden Problemkärtchen entwickelt

z.B. zum Baumwollanbau in Indien wird Kärtchen „hoher Wasserverbrauch“ gepinnt

- Färben mit Pflanzenfarben

Färbebaukasten: siehe „Weiterführende Literatur, Links und Bezugsquellen „

5. NACH DEM GEBRAUCH – DIE ENTSORGUNG UND WEITERVERWENDUNG VON TEXTILIEN

Was passiert mit meiner Kleidung, wenn sie beschädigt ist?

Repariert die Mama oder die Oma?

Was passiert mit Kleidung, die zu klein ist oder nicht mehr gefällt?

Was passiert mit der Kleidung, die ich in den Altkleidercontainer werfe?

6. VERANTWORTUNGSVOLLER MODEKONSUM

Was kann ich tun?

Wo kann ich faire, umweltverträgliche Kleidung kaufen?

Wie erkenne ich faire, umweltverträgliche Kleidung?

Welche textilen Siegel gibt es?

Textile Siegel: <https://utopia.de/ratgeber/siegel-kleidung-textilien-ohne-gift-textilratgeber-greenpeace/>

Was heißt Biobaumwolle?

Welche umweltverträglichen Marken gibt es?

Wie kaufe ich Secondhand? Was kostet Second Hand Bekleidung?

TIPPS UND ANREGUNGEN

- Besuch eines Kinder- Secondhand-Ladens

- Das System Kleiderkreisel: Wir kaufen und verkaufen gemeinsam ein Kleidungsstück.

- Kleidertauschpartys und Repaircafés in der Schule

- Upcycling von Bekleidung – Modenschau

Stefanie Trevisan

Als Textilingenieurin seit 25 Jahren in der Bekleidungsbranche tätig, als Produktmanagerin in der Industrie als auch als Dozentin an der Hochschule für Mode und Design. Fasziniert von der Materialität der Textilien, aber mit ambivalentem Verhältnis zur Branche. Ihre Forderungen an die Herstellung von Mode: Frei von kritischen Chemikalien, ohne Ausbeutung und ohne Umweltbelastungen Die Branche muss sich ihrer Meinung nach in Richtung umwelt- sozialverträgliche Produktion verändern.

Sie bietet Workshops zum Thema nachhaltige Mode an.

Kontakt: stefanietrevisan2017@gmail.com

WEITERFÜHRENDE LITERATUR, LINKS und BEZUGSQUELLEN (ins Netz)

AMD München (Hrsg.): Buy good stuff. Fair Fashion Guide München. München: AMD 2019

Burckhardt Gisela: Todschick. Edle Labels, billige Mode-unmenschlich produziert. München: Heyne Verlag 2014

Christliche Initiative Romeo e.V. (Hrsg.) Eingefädelt, Lernen und Aktiv werden, Eine Arbeitshilfe für Multiplikatorinnen

Eberle H.: Fachwissen Bekleidung. Haan-Gruiten: Europa-Lehrmittel Verlag. 2013

Färbebaukasten: Experimentieren mit Pflanzenfarben
Institut für Textilchemie und Textilphysik der Universität Innsbruck
Prof. Thomas Bechthold 05572/28533-591 textilchemie@uibk.ac.at

Greenpeace: Textilfibel 5. Hamburg: Greenpeace Media. 2016

Holdingshausen Heike: Dreimal anziehen, weg damit. Was ist der wirkliche Preis für T-Shirts, Jeans und Co? Frankfurt/ Main: Westend Verlag 2015

Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Hrsg.): Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode. Hamburg: o.V., 2015

Tyler Little: The future of fashion. Understanding Sustainability in the Fashion Industry Leipzig: NDP 2017

https://www.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/mum/intern/Dateien/Dokumente/2_Presse_und_Service/Publikationen/Umwelt/Nachhaltigkeit/Themenheft_Textil.pdf

https://www.bmz.de/de/mediathek/publikationen/reihen/infobroschueren_flyer/flyer/ki_nderheft_textil.pdf

https://www.globaleslernen.de/sites/default/files/files/education-material/heft3_01.pdf

https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/gpbm_konsum_shoppen_oder_selbermachen_0.pdf

<https://www.grundschule-arbeitsblaetter.de/sachunterricht/kleidung/>

BILDER



BILD 1: Das Austrocknen des Aralsees von 2000 bis 2011

Quelle:

<https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/panorama/versteppung-wassermangel-ueberduengung-der-aralsee-verschwindet/10927638.html>

Fotorechte: NASA



BILD 2 : Verschmutzung des Tullahan River /Philippinen

Quelle:

<http://www.fastfashion-dieausstellung.de/de/oekologie>

Fotorechte: Gigie Cruz-Sy / Greenpeace



BILD 3: Kinderarbeit auf den Baumwollplantagen in Indien

Quelle:

<https://de.fashionnetwork.com/news/Indien-eine-halbe-million-kinder-arbeiten-auf-den-baumwollplantagen,558422.html>

Fotorechte: Cottons Forgotten Children



BILD 4 : Die Reise eines T-Shirts

Eigene Darstellung



BILD 5: Die Preiszusammensetzung eines T-Shirts

Quelle:

<http://www.fastfashion-dieausstellung.de/de/oekonomie>

Bildrechte:

Infografik aus der Ausstellung, © Nils Reinke-Dieker, Larissa Starke, Friederike Wolf, 2015

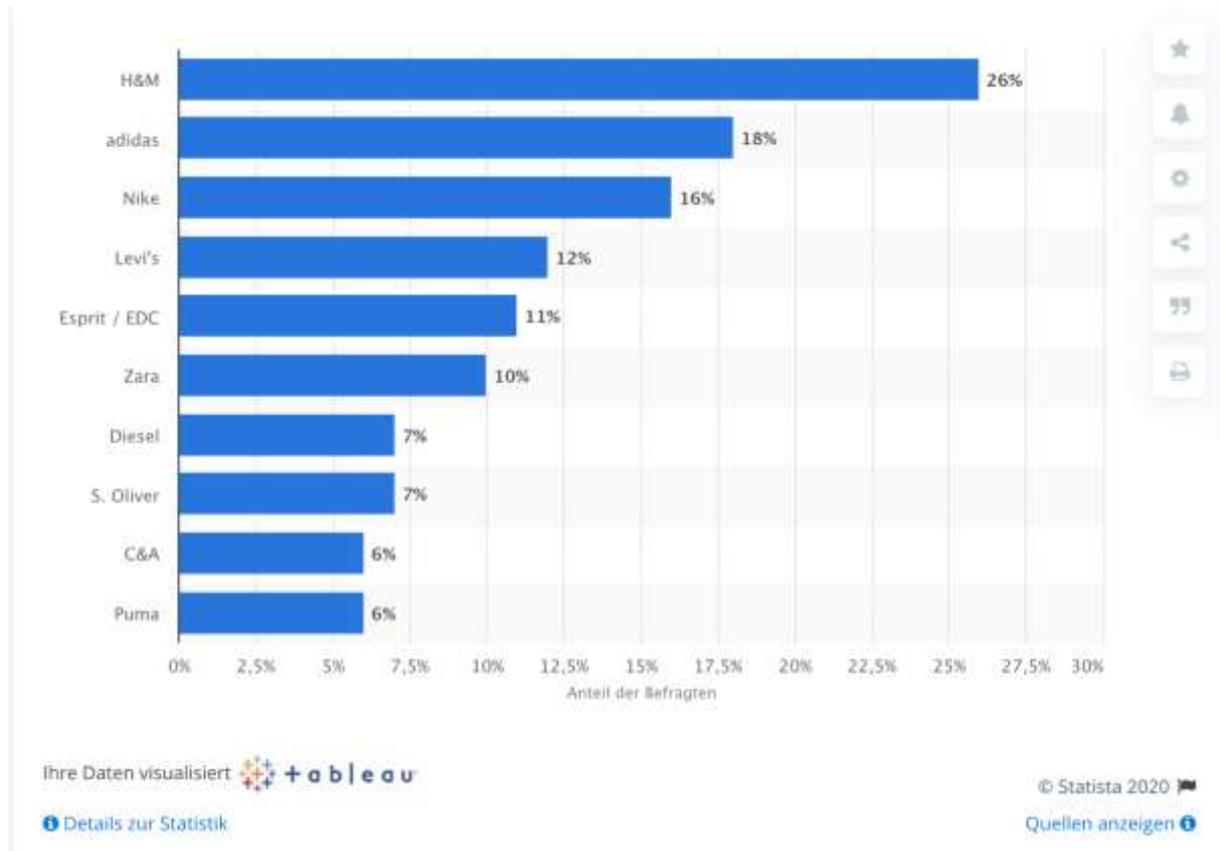


BILD 6: Welche Marken findest du denn gerade richtig cool bei Klamotten?

Quelle:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/461214/umfrage/coole-marken-fuer-kinder-und-jugendliche/#professional>



BILD 7: Aus welchem Rohstoff besteht dieses Garn? Fasererkennung durch Brennproben

Eigenes Foto



BILD 8: Die Herstellung eines T-Shirts

Eigenes Foto