



Verbraucherzentrale

# Unterrichtsmaterial Fast Fashion

Modulbox Marketingstrategien und  
Umweltauswirkungen



# Inhalt

|                                       |           |
|---------------------------------------|-----------|
| <b>Einleitung</b> .....               | <b>3</b>  |
| <b>Übersicht Modulbox</b> .....       | <b>4</b>  |
| <b>Didaktisches Konzept</b> .....     | <b>6</b>  |
| <b>Durchführung der Module</b> .....  | <b>9</b>  |
| <b>Hintergrundinformationen</b> ..... | <b>16</b> |

# Einleitung

## Herzlich willkommen zum Unterrichtsmaterial Fast Fashion – Modulbox Marketingstrategien und Umweltauswirkungen

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

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

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

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

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



### Fragen oder Feedback?

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

# Übersicht Modulbox

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

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

Weitere Informationen: [verbraucherbildung.de](http://verbraucherbildung.de)

## Zielgruppe:

Sekundarstufe I und II  
(empfohlen ab Klassenstufe 9)

## Zeitlicher Umfang:

variabel (90 Minuten bis mehrtägiges Projekt)

## Themengebiet:

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

## Fächerbezug:

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

## Lernziele:

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



## Weitere Angebote

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



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

## Bezug zu BNE und SDGs:

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

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



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



## Hinweis zu Open Educational Resources (OER):

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

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



Den Lizenztext finden Sie unter: [creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0)

## Materialien:

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

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

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

# Didaktisches Konzept

## Aufbau und Struktur der Module

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

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

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

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

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



## Phasenorientierte Zuordnung der Module

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

### Einstieg

M.1 Story meines Shirts (10 Min.)

M.2 Kleidung & Identität (10 Min.)



### Erarbeitung

M.3 Fast Fashion durchschauen (15 Min.)

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

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

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

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



### Transfer

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

M.9 Kleidung im Nachhaltigkeitscheck (15 Min.)

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



### Abschluss

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

## Beispielhafte Kombinationen und Ablaufpläne

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

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

**Kombination 1:** 90 Minuten – Schwerpunkt Marketingstrategien

**Kombination 2:** 90 Minuten – Schwerpunkt Umweltauswirkungen

**Kombination 3:** 180 Minuten – ausführliche Unterrichtseinheit

**Kombination 4:** Projekttag(e) – flexibel und umfassend

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


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





# Durchführung der Module


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


## M.1 Story meines Shirts

 **Dauer:** 10 Minuten

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

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


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


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


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


## M.2 Kleidung & Identität

 **Dauer:** 20 Minuten


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

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


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


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

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

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


### M.3 Fast Fashion durchschauen

 **Dauer:** 15 Minuten


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




Das Video ist unter folgendem Link aufrufbar: [youtube.com/watch?v=rpWXTwULDQE](https://www.youtube.com/watch?v=rpWXTwULDQE)


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

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


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


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


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


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


### M.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen

 **Dauer:** 30 Minuten

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

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

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

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

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

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


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

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


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


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


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


 **Kernbotschaft:** Ich lasse mich inspirieren, aber nicht manipulieren.


## M.5 Quiz rund um Fast Fashion

 **Dauer:** 15 Minuten

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

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

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

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

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


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

Das Quiz ist in zwei Formaten verfügbar:


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





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


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

## M.6 Jeansreise – ein Beispiel für die globale Produktion


 **Dauer:** 20 Minuten

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

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


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

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

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


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


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


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


## M.7 Rollenspiel: Leute machen Kleider

 **Dauer:** 25 Minuten


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

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


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


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


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


 **Kernbotschaft:** Fast Fashion heißt Menschen ausbeuten.


## M.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum

 **Dauer:** 10 Minuten


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

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


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


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


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


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


## M.9 Kleidung im Nachhaltigkeitscheck


 **Dauer:** 15 Minuten

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


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

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


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


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


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


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


## M.10 Schulprojekt: Alternativen zu Fast Fashion

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

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


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

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


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

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

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


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


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


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


## M.11 Story meines Shirts, Teil 2

 **Dauer:** 5 Minuten

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

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

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

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

# Hintergrundinformationen

## M.1 Story meines Shirts

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

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

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

## M.2 Kleidung & Identität

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

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

## M.3 Fast Fashion durchschauen

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

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

### Zentrale Kennzeichen von Fast Fashion:

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



- Marketing zielt auf Status, Zugehörigkeit und Konsumlust

### **Problematische Aspekte:**

#### **Psychologisches Dilemma & Manipulation**

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

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

#### **Ressourcenverbrauch & Umweltverschmutzung**

Die Produktion von Fast Fashion ist mit enormem Ressourcenverbrauch verbunden – etwa beim Anbau von Baumwolle (Wasser, Pestizide), bei der Herstellung von Polyester (Plastik) sowie durch CO<sub>2</sub>-Emissionen beim Transport. Die Textilindustrie verursacht rund zehn Prozent der globalen CO<sub>2</sub>-Emissionen – mehr als internationale Luftfahrt und Schifffahrt zusammen.

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

#### **Überproduktion & Überkonsum**

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

#### **Soziale Ungerechtigkeit & Ausbeutung**

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

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

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

#### **Vertiefende Materialien und Quellen für**

##### **Lehrkräfte:**

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

## M.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen

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

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

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

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

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

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

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

## Vertiefende Materialien und Quellen für Lehrkräfte:

- Fraunhofer ISI: Social Media, Influencer-Marketing & Konsumverhalten Jugendlicher. Ein Blogbeitrag zur Wirkung von Social Media auf das Konsumverhalten junger Menschen – mit Fokus auf Fair Fashion und kritischem Konsum: [isi.fraunhofer.de/de/blog/2022/social-media-influencer-marketing-jugendliche-konsum-verhalten-fair.html](https://www.isi.fraunhofer.de/de/blog/2022/social-media-influencer-marketing-jugendliche-konsum-verhalten-fair.html)
- arte tv: PsychoBugs: Ich brauche es. Jetzt!: [artetv.de/videos/100741-008-A/psychobugs/](https://www.artetv.de/videos/100741-008-A/psychobugs/)
- NZZ: Erklärvideo zu Greenwashing, inkl. konkreter Beispiele und Mechanismen aus Werbung und PR: [youtube.com/watch?v=w4BCWZJ\\_LUM](https://www.youtube.com/watch?v=w4BCWZJ_LUM)
- Deutsche Welle: Mode aus Plastikmüll – nur Greenwashing? Beitrag über das Problem sogenannter „nachhaltiger Kollektionen“, z. B. aus recyceltem Meeresplastik, und deren tatsächliche Wirkung: [dw.com/de/mode-aus-plastikmuell-nur-greenwashing/a-63846102](https://www.dw.com/de/mode-aus-plastikmuell-nur-greenwashing/a-63846102)
- Umweltbundesamt: Nachhaltige Produkte gestalten – Kriterien und Umsetzung. Fundierter Leitfaden für nachhaltige Produktentwicklung: [umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2019-02-19\\_texte\\_11-2019\\_nachhaltige-produkte.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2019-02-19_texte_11-2019_nachhaltige-produkte.pdf)

## M.5 Quiz rund um Fast Fashion

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

Quelle: [nabu.de/umwelt-und-ressourcen/abfallund-recycling/recycling/24704.html](https://www.nabu.de/umwelt-und-ressourcen/abfallund-recycling/recycling/24704.html)

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

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

Quelle: [fashionunited.com/statistics/global-fashion-industry-statistics](https://fashionunited.com/statistics/global-fashion-industry-statistics)

**Frage 3:** 90 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen für Bekleidung entstehen beim Färben, Verarbeiten, der Stoff- und Garnvorbereitung sowie der Faserherstellung. Die Textilindustrie verursacht rund zehn Prozent der globalen Emissionen – mehr als internationale Luft- und Schifffahrt zusammen.

Quelle: [goclimat.de/glossar/emissionen/textil-industrie/](https://goclimat.de/glossar/emissionen/textil-industrie/)

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

Quelle: [verbraucherzentrale-hessen.de/plastiksparen/mikroplastik-aus-kunstfaser-kleidung-53227](https://verbraucherzentrale-hessen.de/plastiksparen/mikroplastik-aus-kunstfaser-kleidung-53227)

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

Quellen: [saubere-kleidung.de/2023/11/neuer-mindestlohn-in-bangladesch-entspricht-hungerlohn/](https://saubere-kleidung.de/2023/11/neuer-mindestlohn-in-bangladesch-entspricht-hungerlohn/)  
[inkota.de/BD-Mindestlohn](https://inkota.de/BD-Mindestlohn)

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

Quelle: [bmz.de/resource/blob/23386/3c059bab54b61bf149514ff7438a2ffe/materialie295-textilbuendnis-data.pdf](https://bmz.de/resource/blob/23386/3c059bab54b61bf149514ff7438a2ffe/materialie295-textilbuendnis-data.pdf)

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

Quelle: [nachhaltiger-warenkorb.de/themen/qualitaet-statt-masse/](https://nachhaltiger-warenkorb.de/themen/qualitaet-statt-masse/)

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

Quellen: [verbraucherzentrale.nrw/wissen/umwelt-haushalt/nachhaltigkeit/umwelt-klima-menschenrechte-auswirkungen-der-textilproduktion-78812](https://verbraucherzentrale.nrw/wissen/umwelt-haushalt/nachhaltigkeit/umwelt-klima-menschenrechte-auswirkungen-der-textilproduktion-78812)  
[europarl.europa.eu/topics/de/article/20201208-STO93327/umweltauswirkungenvon-textilproduktion-und-abfallen-infografik](https://europarl.europa.eu/topics/de/article/20201208-STO93327/umweltauswirkungenvon-textilproduktion-und-abfallen-infografik)

**Frage 9:** Für ein T-Shirt aus Baumwolle (ca. 200 Gramm) werden etwa 185 Gramm Chemikalien eingesetzt – z. B. beim Düngen, Färben, Transportieren oder bei der Herstellung von Kunstfasern. Viele dieser Stoffe landen in Böden, Luft, Wasser oder auf der Haut.

Quelle: [saubere-kleidung.de/wp-content/uploads/2019/06/FastFashion\\_Dossier\\_CIR\\_2019\\_Teil3\\_Die-Folgen-in-Zahlen.pdf](https://saubere-kleidung.de/wp-content/uploads/2019/06/FastFashion_Dossier_CIR_2019_Teil3_Die-Folgen-in-Zahlen.pdf)

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

Quelle: [umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/uba\\_kleider\\_mit\\_haken\\_bf.pdf](https://umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/uba_kleider_mit_haken_bf.pdf)

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

etwa 1,8 Milliarden ungenutzte Kleidungsstücke bundesweit.

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

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

Quelle: [umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/uba\\_kleider\\_mit\\_haken\\_bf.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/uba_kleider_mit_haken_bf.pdf)

## M.6 Jeansreise – ein Beispiel für die globale Produktion

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

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

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

niedrige Löhne und unzureichender Arbeitsschutz sind weit verbreitet. Besonders bei der Färbung und Veredelung kommen chemische Substanzen zum Einsatz, die Böden und Gewässer verschmutzen. Die Textilproduktion verursacht etwa zehn Prozent der weltweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen – mehr als die internationale Luft- und Seeschifffahrt zusammen.

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

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

## M.7 Rollenspiel: Leute machen Kleider

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

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

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

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

## M.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum



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

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

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

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

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

### Vertiefende Materialien und Quellen für Lehrkräfte:

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

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

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

### **Reparieren und Upcyclen – den Lebenszyklus verlängern:**

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

### **Secondhand und Leihen – nachhaltige Nutzung ohne Neukauf:**

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

### **Siegel und Label für nachhaltige Kleidung:**

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

### **Langlebigkeit und Pflege – Schuhe und Sneaker lange tragen:**

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

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

### **Bewusstes Konsumverhalten als Schlüssel:**

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



Verbraucherzentrale

# Stark für mich.

## Impressum

### Herausgegeben von:

Verbraucherzentrale Nordrhein Westfalen e. V.  
Helmholtzstraße 19  
40215 Düsseldorf

[info@verbraucherzentrale.de](mailto:info@verbraucherzentrale.de)  
[verbraucherzentrale.de](http://verbraucherzentrale.de)

### Didaktische Bearbeitung und grafische Umsetzung als Modulbox:

KF Education UG

### Bildnachweise:

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

### Stand:

August 2025

Gefördert durch:



Bundesministerium  
der Justiz und  
für Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages