



Kofinanziert von der
Europäischen Union



ReFashionized

Fashion Evolution towards Sustainability

WORKSHOP PLAN KAPITEL 2

Von UPV



Jugend- & Kulturprojekt e.V.

KAINOTOMIA
κέντρο διά βίου μάθησης



Catwalk
Εργαστήριο Σχολής Πολιτισμού

LOTTOZERO



CELLOCK®
POWER OF INNOVATION AND TECHNOLOGY



UNIVERSITAT
POLITÉCNICA
DE VALÈNCIA



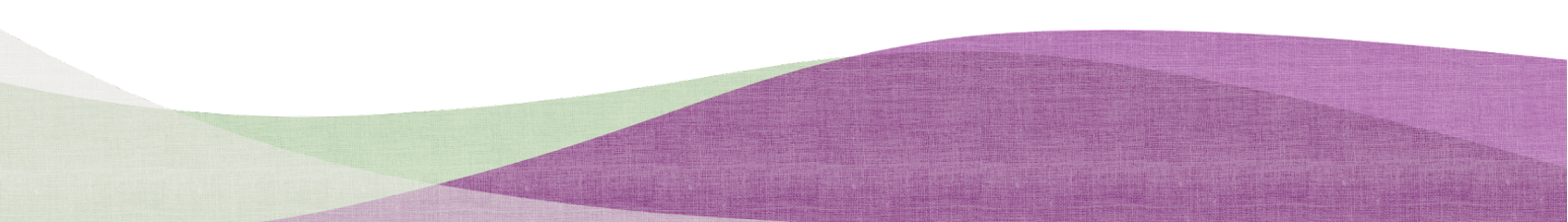
TRAINER'S CORNER

NACHHALTIGKEIT IN DER MODE **KAPITEL 2**

Wer macht die Klamotten, die
wir tragen?

WORKSHOP PLAN

ENTWICKELT VON UPV



NACHHALTIGKEIT IN DER MODE

KAPITEL 2: Wer macht die Klamotten, die wir tragen? – WORKSHOP PLAN

Inhalt

1. Allgemeine Hinweise	4
2. Workshop Plan Vorlage	4
Einleitung	5
Workshop Ziele	5
Vorbereitung	6
Methoden	7
Icebreaker	7
Workshop Plan	8
Evaluation	9
Anmerkungen der TrainerInnen	10
Theoretischer Rahmen	10
❖ Einleitung	10
❖ Wer macht die Klamotten? (Einleitung)	11
❖ Arbeitsbedingungen und Menschenrechte (Einleitung)	12
❖ Verheerende Ereignisse (Einleitung)	12
❖ Marken, die die Rechte ihrer Beschäftigten achten (Einleitung)	13
❖ Fazit	13
Ergänzende Hinweise	14
Externe Hilfsmittel	14

1. Allgemeine Hinweise

Dieser umfassende Workshop-Plan bietet einen strukturierten Rahmen für Workshops, die sich mit der ursprünglichen und aktuellen Situation der Mode- und Textilindustrie und ihrer Zukunft in Richtung Nachhaltigkeit und Respekt für die Umwelt und die Beschäftigten des Sektors befassen.

Anhand dieses Plans erhalten JugendbetreuerInnen einen Überblick über eine mögliche Struktur, der sie bei der Durchführung eines Workshops folgen können, der die Verbindungen zwischen der Modeindustrie und der Nachhaltigkeit kombiniert und erforscht. JugendbetreuerInnen sollen mit den Tools und Hilfsmitteln ausgestattet werden, die sie benötigen, um Denkanstöße und interaktive Workshops zu veranstalten, die sich auf die Bedeutung einer nachhaltigen Mode konzentrieren.

Weitere Einzelheiten zu den im Workshop-Plan vorgesehenen und erwähnten Aktivitäten findest du im [Arbeitsblatt Kapitel 2](#).

2. Workshop Plan Vorlage

Kapitel Referenz Code	<i>Nachhaltige Mode: Kapitel 2</i>
-----------------------	------------------------------------

Titel	Wer macht die Klamotten, die wir tragen?
Workshop Dauer	3 Stunden
Zielgruppen	Junge Menschen im Alter von 16-25 Jahren

Einleitung
<p>Dieser Workshop bietet nützliche Einblicke in die Modeindustrie und ihre Produktionsprozesse und lädt die Teilnehmenden dazu ein, darüber nachzudenken, wer die Kleidung herstellt, die wir tragen, wo sie hergestellt wird und warum. Diese Reflexion wird das Verständnis für die Verbindung zwischen der Modeindustrie und den Menschenrechten erleichtern, wobei der Schwerpunkt auf den aktuellen Bedingungen liegt, mit denen viele ArbeiterInnen in diesem Sektor konfrontiert sind.</p>

Abschließend wird ein Überblick über die verschiedenen Maßnahmen gegeben, die einige Marken ergriffen haben, um sich um ihre Beschäftigten und deren Rechte zu kümmern.

Workshop Ziele

Identifiziere die während des Workshops erworbenen Fähigkeiten und Lernziele.

Am Ende des Workshops werden die Teilnehmenden:

- ✓ Die Situation und die Arbeitsbedingungen der Beschäftigten in der Textilindustrie zu erkennen und zu verstehen.
- ✓ Die Methoden der Fast Fashion Produktion und ihre Auswirkungen auf die Lebensqualität der Beschäftigten kritisch zu analysieren.
- ✓ Die Notwendigkeit kollektiven Handelns erkennen, um für sinnvolle Veränderungen in der Modeindustrie einzutreten und eine gerechtere und nachhaltigere Zukunft für alle an ihrer Produktion und ihrem Konsum Beteiligten zu gewährleisten.

Vorbereitung

Der Workshop-Plan setzt voraus, dass du mit der Textilindustrie und ihren Auswirkungen auf den Verbrauch natürlicher Ressourcen und die Abfallerzeugung vertraut bist. Die TrainerInnen werden gebeten, die Vorbereitung anhand einer Checkliste zu bewerten:

- ☐ Bereite Notizen, Schlüsselwörter, Phrasen und Fragen für die verschiedenen Teile des Workshops vor, um eine bessere Organisation zu ermöglichen.
- ☐ Überprüfe vor Beginn, ob die technischen Geräte, die du eventuell brauchst (Laptop, Projektor, Leinwand usw.), einwandfrei funktionieren.

- ☐ Falls der Raum nicht über elektronische Geräte wie Laptops für alle Teilnehmenden verfügt, informiere die Teilnehmenden einige Tage im Voraus, dass sie ihre eigenen Geräte mitbringen sollen.
- ☐ Erkundige dich im Voraus, ob es eine offene WLAN-Verbindung gibt oder wie sich die Teilnehmenden verbinden können.
- ☐ Erstelle eine Reihe von spannenden und aufmerksamkeitsstarken Fragen, um mit den Teilnehmenden während der Sitzung zu interagieren.
- ☐ Überprüfe im Voraus, ob die PowerPoint-Präsentation vollständig ist und ob zusätzliche Ressourcen/Links verfügbar sind.
- ☐ Stelle sicher, dass der Raum für die gewählten Aktivitäten angemessen eingerichtet ist.
- ☐ Prüfe, ob es ein Whiteboard, eine Korkplatte oder eine Wand gibt, an der du Unterlagen aufhängen kannst.
- ☐ Informiere dich im Voraus über die ungefähre Anzahl der Teilnehmenden, um die notwendigen Ressourcen für den Ablauf des Workshops vorzubereiten und auszudrucken (Große Weltkarte, ANHANG I, ANHANG II und ANHANG III).
- ☐ Sammle alle Materialien für die Gruppenaktivität (Pushpins oder Post-its, Textmarker, Buntstifte, Buntstifte, Tasche oder Box).
- ☐ Bereite das Material für die Reflexion und das Sammeln von Feedback vor.

Methoden

Dieser Workshop zielt darauf ab, die Produktionskette der Modeindustrie zu analysieren und darüber nachzudenken, wer dahinter steht und wie die Arbeitsbedingungen sind. Die Untersuchung der ethischen Implikationen wird durch visuelle Elemente wie Videos, PowerPoint-Präsentationen und Bilder unterstützt, die Lernen und Unterhaltung miteinander verbinden. Außerdem werden Gruppenaktivitäten durchgeführt, um das Wissen über das Thema zu vertiefen und Fähigkeiten wie kritisches Denken, Debatten, Kreativität, Kommunikation unter Gleichaltrigen, Zeitmanagement und öffentliches Sprechen zu fördern.

Icebreaker

In welchem Land wurde unsere Kleidung hergestellt?

Zu Beginn des Workshops zeigen die TrainerInnen eine Weltkarte auf einer Kork- oder Wandtafel. Anschließend verteilen die TrainerInnen Stecknadeln oder Post-its an die Teilnehmenden und bitten sie, auf den Etiketten der Kleidungsstücke, die sie tragen (T-Shirts, Jacken, Hosen, Schuhe usw.), nachzusehen, wo sie hergestellt wurden. Dann müssen sie aufstehen und eine Stecknadel auf der Weltkarte über dem Land anbringen, in dem jedes ihrer Kleidungsstücke hergestellt wurde.

Wenn sie nicht wissen, wo dieses Land liegt, können sie es im Internet nachschlagen.

Anschließend können die TrainerInnen anhand der Ergebnisse eine Diskussion darüber anregen, ob das Ergebnis das erwartete war und warum sie denken, dass die Kleidung in diesen Ländern hergestellt wird.

Workshop Plan

Nr.	Name der Aktivität (Titel und kurze Beschreibung)	Dauer (Min.)	Methode (Präsentation, Diskussion, Rollenspiel, Storytelling, Gamification, künstlerische Gestaltung, etc.)	Materialien (Papier, Stifte, Tafeln, Laptop, Lautsprecher, Stühle, etc.)
1	Einleitung	10	Präsentation	//
2	In welchem Land	15-20	Icebreaker	Große Weltkarte,

	wurde unsere Kleidung hergestellt?			Kork- oder Weißwandtafel, Stecknadeln oder Post-its und Textmarker. Internetverbindung und Laptop
3	Wer macht die Klamotten?	15	Präsentation	PowerPoint, Laptop, Leinwand und Projektor
4	Klamotten sind sehr vielseitig!	40	Reflexion und Kreativität	Gedruckte Faltblätter mit den Abbildungen (Anhang I), Buntstifte, Farbstifte, Buntstifte...
5	Arbeitsbedingungen und Menschenrechte	15	Präsentation	PowerPoint, Laptop, Leinwand und Projektor
6	Ist meine Kleidung die richtige?	25	Reflexion Debatte	Anhang II Papier, Textmarker, eine Tüte oder Schachtel, in die du alle Papiere legen kannst.
7	Verheerende Ereignisse	15	Präsentation	PowerPoint, Laptop, Leinwand und Projektor
8	Marken, die die Rechte ihrer Beschäftigten achten	15	Präsentation	PowerPoint, Laptop, Leinwand und Projektor
9	Gute Methoden in der Modeindustrie!	15	Recherche	Internetverbindung und Laptop

10	Fazit	10	Diskussion	//
11	Workshop Auszeichnungen	10	Feedback	Anhang III , Textmarker/ Stifte

Evaluation

Die TrainerInnen sollten den Teilnehmenden eine Karte und einen Stift geben.

Alle Teilnehmenden müssen die Fragen in [Anhang III](#) ehrlich und anonym beantworten und sie dann den TrainerInnen geben.

Sobald die TrainerInnen die Antworten aller Teilnehmenden haben, beginnen sie, die Ergebnisse in Excel o.ä. zu erfassen, um die GewinnerInnen zu ermitteln.

Nach der Auszählung sagen die TrainerInnen laut, was jede Aussage gewonnen hat, z. B. der interessanteste Teil des Seminars, welche Aktivität am besten gefallen hat usw.

Abschließend kann eine Diskussion stattfinden, in der die Teilnehmenden ihre Meinung zu den erzielten Ergebnissen äußern und ihre Stimmen begründen können, wenn sie es für nötig halten.

Anmerkungen der TrainerInnen

Denke über die Effektivität des Workshops nach. Nutze diesen Abschnitt, um dir Notizen für zukünftige Anpassungen zu machen. Im Folgenden findest du einige inspirierende Fragen, die dich bei der Selbstreflexion unterstützen.

- ❖ Haben die Aktivitäten die Teilnehmenden angesprochen und ein interaktives und unterstützendes Lernumfeld geschaffen?

- ❖ Konnten die Teilnehmenden leicht interagieren? Haben die Aufgaben die gleichberechtigte Beteiligung der Teilnehmenden gefördert?
- ❖ Hattest du das Gefühl, dass die Teilnehmenden zu irgendeinem Zeitpunkt von der Veranstaltung abgelenkt wurden?
- ❖ Wurde durch die Kombination von Präsentationen und Gruppenaktivitäten die Kohärenz der Inhalte und des Verständnisses sichergestellt?
- ❖ Wurde für alle Aktivitäten genügend Zeit eingeplant?

Theoretischer Rahmen

Dieser Abschnitt dient als Einführung für die theoretischen Präsentationen. Wir bieten hier eine Zusammenfassung und einen Überblick über die theoretischen Komponenten, die in den Workshop Plan integriert sind. Er soll Fachkräften der Jugendarbeit und TrainerInnen eine Orientierungshilfe zu den Themen geben, die in den Aktivitäten behandelt werden, die nicht den Methoden der nicht-formalen Bildung folgen.

Die hier dargestellten Inhalte sind auch in der PowerPoint-Präsentation enthalten.

❖ Einleitung

Willkommen zu unserem Workshop zum Thema „Wer macht die Kleidung, die wir tragen“. Heutzutage umspannt die Modeindustrie den gesamten Globus und umfasst alle Kontinente und ein großes Netzwerk von Produktionsfirmen, Beschäftigten, DesignerInnen und VerbraucherInnen.

Aber hast du dich jemals gefragt, wer die Kleidung, die du heute trägst, entworfen und hergestellt hat, und ob die Arbeits- und Wirtschaftssituation von DesignerInnen und FabrikarbeiterInnen ähnlich ist?

Dieser Workshop erforscht die Geschichten hinter unserer Kleidung und analysiert, wie sie sich auf die Gesellschaft, die Umwelt und die wirtschaftliche Produktion von Mode auswirken.

Begleite uns, wenn wir die Fäden der globalen Lieferketten entwirren und die Gesichter und Situationen hinter den Kleidungsstücken aufdecken, die wir jeden Tag tragen.

❖ **Wer macht die Klamotten? (Einleitung)**

Fast Fashion hat zu einem Anstieg der Nachfrage bei den VerbraucherInnen geführt und die globale Textilindustrie stark verändert. Hinter dem hübschen Image der modischen Kleidung verbirgt sich jedoch eine schreckliche Realität der Ausbeutung und der Verletzung von Arbeitnehmerrechten.

Die Branche hat eine geografische Verlagerung der Produktion erlebt. Während die Produktion früher über den ganzen Globus verstreut war, entscheiden sich heute viele bekannte Modemarken für Länder mit billigen Arbeitskräften und damit schlechten Arbeitsbedingungen, was zu einem großen Problem geführt hat: Kinderarbeit und Kinderausbeutung. Einige Länder wie Usbekistan, Indien, Bangladesch, Tadschikistan, Kirgisistan oder China setzen Kinder und Minderjährige als billige Arbeitskräfte in ihren Industrien ein. Viele Mädchen aus armen Verhältnissen sind in einem Kreislauf aus Arbeit, Elend und zerbrochenen Träumen gefangen.

Die Gesellschaft ist sich des Problems zunehmend bewusst, aber tun wir wirklich etwas, um es zu ändern? Die allgemeine Antwort lautet „Nein“, denn wir kaufen weiterhin jede Saison neue Kleidung, um den Modetrends zu folgen. Natürlich ist es nicht allein unsere Schuld, aber eine Reduzierung der Nachfrage könnte dieses Phänomen möglicherweise verringern. Indem wir uns für nachhaltigere Methoden einsetzen und sie unterstützen, können wir aktiv zu besseren Bedingungen für die Beschäftigten in der Textilindustrie beitragen.

Es ist auffällig, dass sich die Ausbeutung nicht nur auf Kinder und Minderjährige beschränkt, sondern sich auch auf gefährdete Frauen ausweitet. Im Gegensatz zu den Erwartungen an die weibliche Selbstbestimmung in einigen Ländern, in denen Frauen keine Rechte haben, ist die Textilindustrie ein Horror für Arbeiterinnen, die harte Arbeit, miserable Löhne und ständige Schikanen durch ihre Chefs erdulden müssen.

Diese Probleme machen deutlich, wie groß der Bedarf an ethischen Reformen in der Modeindustrie ist. Wir, die Kundschaft, sind die Ersten, die ihren Konsum ändern müssen, indem sie sich für Modeunternehmen entscheiden, die sich für die Umwelt engagieren und die Rechte aller ihrer ArbeiterInnen achten und respektieren.

❖ **Arbeitsbedingungen und Menschenrechte (Einleitung)**

Wir haben schon öfter über Menschenrechte und schlechte Arbeitsbedingungen für Beschäftigte in der Textilindustrie gesprochen, aber was sind das genau?

Die Modewelt verbirgt eine harte Realität der Ausbeutung und Ungerechtigkeit, unter der viele Beschäftigte weltweit leiden. Statistiken zeigen, dass nur 2 % dieser ArbeiterInnen einen existenzsichernden Lohn verdienen, was für die große Mehrheit von ihnen einen Kreislauf von Armut und Einschränkungen schafft. Traurigerweise betrifft die Ausbeutung auch die Schwächsten, denn viele Familien sind gezwungen, ihre Töchter in die Bekleidungsindustrie zu schicken, um ihren Lebensunterhalt zu verdienen und die Familie zu unterstützen.

Der Kampf ums Überleben in der Branche ist jedoch schwierig. Die ArbeiterInnen müssen unter unmenschlichen Bedingungen bis in die frühen Morgenstunden arbeiten, um die von der Industrie vorgegebenen Produktionsziele zu erreichen. Ihre Gesundheit ist gefährdet, da sie in Räumen arbeiten, in denen sie giftige Dämpfe einatmen und die körperliche Belastung durch Hochdruck-Sandstrahlen und Dampfbügeleisen in schlecht belüfteten Umgebungen ertragen müssen.

Darüber hinaus hat die Covid-19-Pandemie gezeigt, wie wenig Rücksicht die Manager auf die Rechte der Beschäftigten nehmen, denn es gab Berichte über Massenentlassungen ohne Kündigungsfrist oder Abfindung, die die Familien in die Armut trieben.

❖ **Verheerende Ereignisse (Einleitung)**

In mehreren Ländern hat die Modeindustrie aufgrund schlechter Arbeitsbedingungen und fehlender Sicherheitsmaßnahmen am Arbeitsplatz schwere humanitäre Krisen erlebt. Im Laufe der Jahre gab es eine Vielzahl von Katastrophen, sowohl natürliche als auch von Menschen verursachte, bei denen viele Menschen getötet und viele andere verletzt wurden. Im Jahr 2011 kamen bei einem Brand in einer Textilfabrik in Dhaka 111 Menschen ums Leben, während bei einem anderen Brand in Karatschi im selben Jahr mehr als 250 Menschen starben.

Der bekannteste Unfall in der Textilindustrie, der die meisten Todesopfer forderte, war 2013 der Einsturz des Rana Plaza-Gebäudes in Bangladesch mit 1134 Toten und 2600 Verletzten.

Die Behörden hatten bereits vor dem Einsturz berichtet, dass das Gebäude aufgrund der schlechten Bauweise und der Nichteinhaltung von Bauvorschriften

als unsicher galt, aber die ArbeiterInnen waren trotzdem gezwungen, jeden Tag zur Arbeit zu erscheinen. In den Trümmern des Gebäudes wurde eine Vielzahl von Kleidungsstücken international bekannter Marken gefunden.

Auch in den folgenden Jahren kam es zu mehreren tragischen Zwischenfällen, darunter der Tod von 28 Menschen im Keller einer Fabrik in Tanger aufgrund von Überschwemmungen im Jahr 2021 und der Tod von sechs Beschäftigten in Casablanca im Jahr 2023, als trotz Sicherheitswarnungen neue Fabriken auf einer bestehenden Textilanlage gebaut wurden.

❖ **Marken, die die Rechte ihrer Beschäftigten achten (Einleitung)**

Derzeit ist die Modeindustrie von zwei Hauptfaktoren geprägt: Unternehmen, die durch eine kostengünstige Massenproduktion hohe Gewinne anstreben, und auf der anderen Seite die Nachfrage der VerbraucherIn nach billiger Kleidung, unabhängig von den Methoden, mit denen diese niedrigen Preise erzielt werden. Die VerbraucherIn und einige Modemarken sind sich jedoch zunehmend der sozioökonomischen Auswirkungen ihrer Methoden bewusst.

Viele Modemarken sorgen sich um das Wohlergehen und den Status ihrer Beschäftigten und sind der Fair Wear Foundation beigetreten, die sich für bessere Arbeitsbedingungen, die Unterstützung von Gewerkschaften, die Bekämpfung von Diskriminierung und die Gewährleistung fairer Löhne und angemessener Arbeitszeiten einsetzt. Inzwischen initiieren marktführende Marken Sensibilisierungskampagnen. So ist die spanische Marke Patagonia Vorreiter in Sachen umweltfreundlicher Mode und fördert die Nachhaltigkeit, indem sie mit ihrer Initiative „Worn Wear“ die Erneuerung von Produkten vorantreibt.

Ein weiteres Beispiel ist Marks & Spencer, das seine Unternehmensrichtlinien veröffentlicht hat, an die sich alle Zulieferbetriebe halten müssen und die die Rechte der Beschäftigten und die Arbeitsbedingungen, einschließlich Bezahlung, Überstunden und Sicherheit, betreffen. Außerdem hat M&S eigene Niederlassungen in den Ländern, in denen es produziert, und führt daher regelmäßig Audits durch, um sicherzustellen, dass die Bedingungen und Rechte der einzelnen Beschäftigten eingehalten werden.

❖ **Fazit**

Kurz gesagt, die Realität der Branche spiegelt ein komplexes Zusammenspiel zwischen dem Streben der Unternehmen nach wirtschaftlichem Gewinn und der Nachfrage der VerbraucherInnen nach niedrigen Preisen wider, oft ohne

Rücksicht auf die soziale Lage und die Arbeitsbedingungen der ArbeiterInnen. Trotzdem erkennen VerbraucherInnen und einige Modemarken zunehmend an, wie wichtig es ist, diese Bedingungen zu verbessern. Dennoch bleiben wichtige Herausforderungen bestehen, wie z. B. die Notwendigkeit einer größeren Transparenz und Rechenschaftspflicht in der gesamten Mode-Lieferkette sowie ein kultureller Wandel hin zu einem bewussteren und ethischeren Konsum.

Ergänzende Hinweise

Füge ggf. weitere Anmerkungen oder Anforderungen hinzu, die die TrainerInnen/JugendbetreuerInnen/PädagogInnen berücksichtigen sollten.

Externe Hilfsmittel

Füge alle externen Ressourcen hinzu, die Fachkräfte der Jugendarbeit/TrainerInnen nutzen können, um ihr Verständnis für das Thema zu verbessern und die Durchführung des Workshops zu unterstützen.

- Clean Clothes Campaign (k.D.). Which brands have signed the Safety Accord? The International Safety Accord.
<https://cleanclothes.org/campaigns/the-accord/brand-tracker>
- Collective Fashion Justice. (k.D.). Garment workers' suffering in fashion supply chains. Collective Fashion Justice.
<https://www.collectivefashionjustice.org/garment-workers>
- Jurgen's checklist for Workshop Organizers,
<https://medium.com/@jurgenappelo/jurgens-checklist-for-workshop-organizers-9e53b658a492>
- Smestad, L. (2009). The sweatshop, child labor, and exploitation issues in the garment industry. Fashion Practice, 1(2), 147-162.
<https://doi.org/10.2752/175693809X469139>
- Stringer, T., Payne, A. R., & Mortimer, G. (2022). As cheap as humanly possible: why consumers care less about worker welfare. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, 26(4), 717-737.
<https://doi.org/10.1108/JFMM-06-2021-0158>

- World Vision Action. (k.D.). Forced and Child Labour in the Cotton Industry. World Vision Action.
<https://www.worldvision.com.au/docs/default-source/buy-ethical-fact-sheets/forced-and-child-labour-in-the-cotton-industry-fact-sheet.pdf?sfvrsn=2>

Partner:

[Jugend- & Kulturprojekt e.V.](#) (Deutschland) – Koordinator

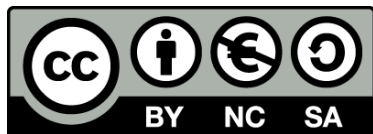
[Kainotomia & SIA EE](#) (Griechenland)

[Catwalk Project](#) (Griechenland)

[Lottozero Società Cooperative Sociale](#) (Italien)

[Cellock LTD](#) (Zypern)

[Politecnica de Valencia](#) (Spanien)



© 2023. Die Arbeit ist lizenziert unter einer [CC NC SA 4.0 Lizenz](#).



**Kofinanziert von der
Europäischen Union**

Finanziert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der AutorInnen und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können für sie verantwortlich gemacht werden.

Projekt Referenz Nummer: 2022-2-DE04-KA220-YOU-000101981