



WEAR FAIR

Kleidung zum Billigpreis fordert oft Kinderarbeit, schlechte Arbeitsbedingungen und Herstellungsmethoden mit negativen Umweltauswirkungen. Jeder Einzelne von uns kann etwas dagegen tun.

Informiert euch in dieser Challenge über die Arbeitsbedingungen und ökologischen Auswirkungen der Kleidungsproduktion. Macht dazu eines der vier Lernspiele im Anhang. Erarbeitet Alternativen für nachhaltigere Kleidung. Ziel ist es, so viele Argumente wie möglich für nachhaltige Kleidung zu finden.

AUF EINEN BLICK

Ihr habt bestanden, wenn...

...mindestens eines der vier Lernspiele durchgeführt wurden.

Dauer



Minuten

Punktzahl



Punkte

Kategorie



Produktion &
Konsum

Typ



Lernspiel

BENÖTIGTE HILFSMITTEL / QUELLEN

Angehängtes PDF mit folgenden vier Lernspielen

- „Reise einer Jeans“
- „Wer bekommt was vom Preis einer Jeans?“
- „Talk-Show: Mode – fair und nachhaltig oder billig um jeden Preis?“
- „Wir können auch anders...“

Weiterführende Infos zu nachhaltiger Kleidungsproduktion

Fair Wear Foundation: <http://www.fairwear.org/>

Weitere Informationen zu Problemen in der Textilindustrie

Bundeszentrale für politische Bildung - „Arbeits- und Menschenrechte in der Textilindustrie:

<http://www.bpb.de/internationales/weltweit/menschenrechte/38751/textilindustrie?p=all>

Beispielhafte Alternativen zu herkömmlicher Mode

Knowledge Cotton Apparel, HempAge, maas, bleed, ethletic, nix, Kleiderhelden, ArmedAngels, uvm.

+2 ZUSATZPUNKTE...

...die Durchführung eines weiteren Lernspiels.

„Reise einer Jeans“ - Aufstellung globale Textilkette

Alter: ab 14

Zeit: 15 Minuten

Material:

- laminierte Karten mit je einem Schritt der Textilkette und einem Beispielland
- 1 Wollknäuel
- die 6 laminierten Kontinent-Karten (oder 1 Tuch und 1 Stift zum Aufmalen der Kontinente)

Methode:

Die Karten der Kontinente werden im Raum (möglichst weit auseinander) so ausgelegt, wie es ihrer geografischen Lage entspricht. Alternativ können die TN auch ein großes Tuch (z. B. ein altes Bettlaken) mit den Kontinenten bemalen. Die TN ziehen verdeckt je eine der (vorbereiteten) Karten zur globalen Textilkette und stellen sich auf den Kontinent, in dem sich das auf ihrer Karte angegebene Land befindet. Sie halten die Karten hoch, damit jede/r in der Runde sehen kann, welcher Schritt auf der Karte steht. Dann überlegen sie gemeinsam, in welcher Reihenfolge die Verarbeitungsschritte ablaufen (Reihenfolge siehe unten). Der/die TN, der/die die Karte mit dem ersten Verarbeitungsschritt (Baumwollanbau) hat, bekommt ein Wollknäuel und wirft es der/dem TN zu, die/der die Karte mit dem nächsten Schritt hat. Der Faden zwischen den Stationen soll gut gespannt sein und möglichst hoch gehalten werden. Dies geht so weiter bis zum letzten Schritt. Dabei ergibt sich ein Fadennetz.

Auflösung:

1. Baumwollanbau
2. Spinnen
3. Weben
4. Textilveredelung (Färben, Ausrüsten etc.)
5. Design & Schnittmuster
6. Kurzwaren (Knöpfe & Nieten)
7. Konfektion (Nähen etc.)
8. Weiterbehandlung (z. B. Sandstrahlen, Stone-Washing)
9. Handel
10. Gebrauch
11. Entsorgung
12. Altkleiderhandel

Ziel:

Die Teilnehmenden (TN) lernen die verschiedenen Produktionsschritte der gesamten Wertschöpfungskette einer Jeans, die Textilkette, kennen und bekommen visuell einen Eindruck davon, welche Wegstrecke um den gesamten Globus ein Kleidungsstück dabei zurücklegt

weiterentwickelt von AWO International nach einer Idee von: fine+p: forum für internationale entwicklung + planung (2012), Im Fadenkreuz – Hintergründe der Bekleidungsindustrie

Baumwollanbau

z. B. in den USA



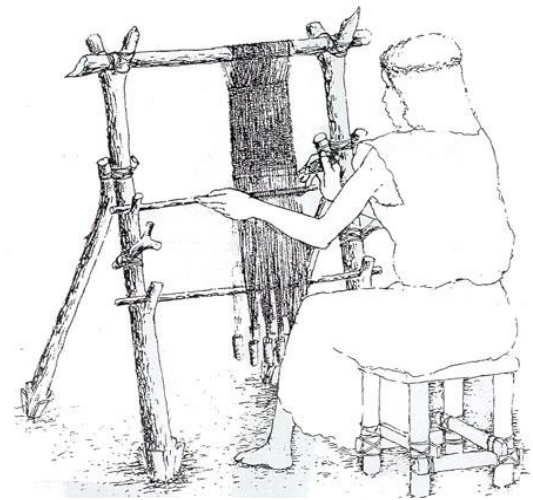
Spinnen

z. B. in Indien



Weben

z. B. in China



Textilveredelung

(Färben, Ausrüsten etc.)

z. B. auf den Philippinen



Design & Schnittmuster

z. B. in Frankreich



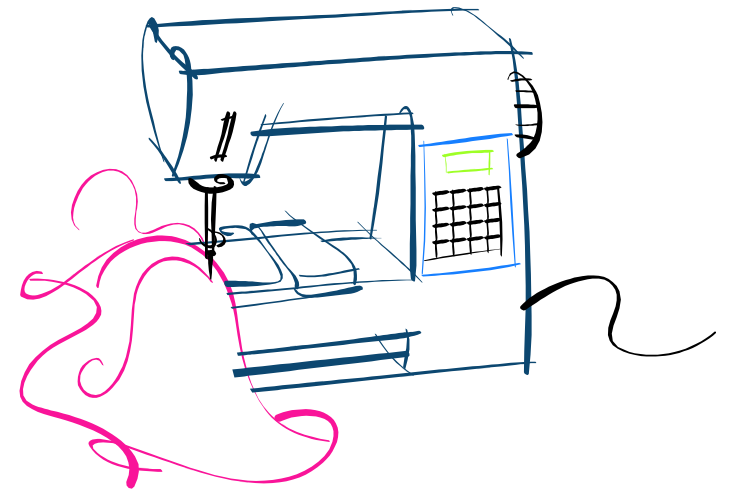
Kurzwaren (Knöpfe & Nieten)

z. B. in Italien



Konfektionieren

z. B. in Bangladesch



Weiterbehandlung

(Sandstrahlen, Stone-Washing)

z. B. in China



Handel

z. B. in Deutschland



Gebrauch

z. B. in Deutschland



Entsorgung

z. B. in Deutschland



Altkleiderhandel

z. B. in Tansania



Methode „Wer bekommt was vom Preis einer Jeans?“

Methode zur Sensibilisierung und Informationsvermittlung

Alter: ab 14

Zeit: 15 Minuten

Material:

5 Jeansteile, 5 laminierte Textkarten, 5 laminierte Karten mit Prozentangaben (in der Materialbox enthalten)

Methode:

Es werden zwei Gruppen gebildet. Jede Gruppe erhält die laminierten Textkarten, die Karten mit Prozentangaben und die Einzelteile einer Jeans. Achtung: Der **Knopf** (1% = Lohn der Näherinnen) befindet sich in einer der vorderen Taschen der jeweiligen Jeans! Dann soll jede Gruppe die Einzelteile der Jeans (auf dem Boden oder einem großen Tisch) ausbreiten und zu einer ganzen Hose zusammensetzen, überlegen, welche Karten zu den einzelnen Teilen passen, und diese entsprechend daneben legen. Dann erfolgt die Auflösung und Erklärung durch die Leitung.

Auflösung bzw. Erklärung der verschiedenen Anteile: siehe folgende Seite

Auswertung:

Wichtig ist es z. B., darauf hinzuweisen, dass mit der Abschaffung des Multifaserabkommens (2005) die deutsche Textilproduktion nicht mehr geschützt war und im Westen wie im Osten Deutschlands mehr oder weniger zusammenbrach. Somit war die Textilindustrie einer der ersten Produktionszweige, der nach den Kräften und Mechanismen der Globalisierung funktionierte: Produziert wird seitdem dort, wo es am billigsten ist. Stichwort: Die Karawane zieht weiter! Nur durch die niedrigen **Transportkosten** ist eine globale Textilproduktion überhaupt erst möglich. Die Entwicklung der Containerschifffahrt und Containerspedition hat einen schnelleren und günstigeren Transport begünstigt, die informationstechnologischen Entwicklungen (Glasfaserverkabelung am Meeresboden) haben die logistischen Voraussetzungen dafür geschaffen.

Dass der Hauptanteil des Verdienstes an einem Kleidungsstück beim **Einzelhandel** (und nicht wie die Teilnehmenden oft denken, bei den Markenfirmen) hängen bleibt, macht deutlich, welche Macht der Handel hat. An ihm wäre es, unternehmerische Verantwortung im Hinblick auf die Einhaltung sozialer Standards entlang der gesamten Textilkette (von der Faser bis zum fertigen Kleidungsstück) zu beweisen. Dafür setzen sich in Deutschland, Österreich und der Schweiz die Kampagne für Saubere Kleidung und international die Clean Clothes Campaign ein.

50 %: Einzelhandel (Gewinn, Verwaltung, Ladenmiete) und Mehrwertsteuer

50 % der Kosten einer Jeans bleiben beim Einzelhandel. Dazu gehören Personal- und Verwaltungskosten, Ladenmiete, die Mehrwertsteuer, aber eben auch der Gewinn. Die Gewinnspanne ist für den Handel umso höher, je niedriger die Produktionskosten sind. Das ist der Grund für die Auslagerung der meisten Produktionsschritte in Billiglohnländer.

(Quelle: www.praxis-umweltbildung.de/dwnl/kleidung/info_jeans.pdf)

25 %: Markenfirma (Entwicklung/Design), Verwaltung und Werbung

Das Geld, das die Unternehmen bei den Produktionskosten und vor allem bei den Löhnen sparen, wird meistens in die Werbung investiert. Bekannten Filmstars oder Sportlern werden immense Honorare gezahlt, damit diese ihre Produkte vermarkten. Durch diese Strategie steigt der Bekanntheitsgrad und Markennamen werden mit prominenten Persönlichkeiten verbunden. Ein Teil davon wird auch für Forschung, Entwicklung und Design ausgegeben.

(Quellen: Marion Rolle (2007): Weltreise einer Jeans, www.praxis-umweltbildung.de/dwnl/kleidung/info_jeans.pdf)

13 %: Herstellungs- und Materialkosten und Gewinn in den Billiglohnländern

Die Fabriken in den Billiglohnländern müssen sich an die Weltmarktpreise anpassen, um selbst Gewinn erzielen zu können. Deshalb müssen die Herstellungskosten so gering wie möglich sein. Die Arbeiter/innen erhalten daher einen extrem niedrigen Lohn und arbeiten oft unter unakzeptablen Bedingungen. Die Gewinnspanne unterscheidet sich allerdings sehr von der, die der Einzelhandel erwarten kann.

11 %: Transport und Steuern

Die Transportkosten sind durch die Einführung der Container drastisch gesunken. Früher betrugen sie noch ca. 25 %. In Containern können große Warenmengen einfach und platzsparend verstaut und umgeladen werden. Früher musste jeder einzelne Karton vom Frachter in Eisenbahnkartons verladen werden. Heute sind Containerschiffe und Güterzüge für dieselben Container ausgerüstet, Das spart Platz, Zeit und Geld. Der Containertransport wurde zudem erst durch ein computergesteuertes Logistik-System möglich.

Quelle: Rimbert, P., Container für den Welthandel nach Maß. In: Le Monde Diplomatique (2011), Atlas der Globalisierung.

1 %: Lohn für die Textilarbeiter/innen

Große Modeketten, wie H&M, C&A oder KiK, oder auch Sportausrüster wie Adidas lassen dort produzieren, wo die Löhne am niedrigsten sind. Dadurch steigt ihr Gewinn. Für die Verbraucher/innen wird das T-Shirt oder die Jeans im Laden noch günstiger. Verlierer dieser Preispolitik sind die Näher/innen in den Billiglohnländern. Ihnen wird ein so geringer Lohn gezahlt, dass sie davon nicht leben können. Bei einer Jeans, die 50 € kostet, verdienen die Näher/innen gerade einmal 0,5 Cent. Auch wenn sich viele Firmen auf die Zahlung des Mindestlohns berufen, reicht dieser oft nicht zur Existenzsicherung aus. Für die Zahlung von Existenzlöhnen kämpft deshalb die Kampagne für Saubere Kleidung.

Quelle: Rolle, M. (2007): Weltreise einer Jeans

„Talk-Show: Mode – fair und nachhaltig oder billig um jeden Preis?“

Methode zur Anwendung von erlerntem Wissen - Rollenspiel

Alter: ab 16

Zeit: ca. 60-90 Minuten

Material:

5 Karten mit den Rollenbeschreibungen, Stifte, Papier, Flipchart, Pinnwand oder Plakat, Edding o.ä.

Vorgehensweise:

I. Vorbereitung (Seminarleitung):

Die Leitung notiert auf Flipchart/Plakat/Pinnwand gut sichtbar den Titel und folgende Themen der Talk-Show:

1. Mit welchen Problemen für die Umwelt und die Arbeitsrechte ist die Kleidungsproduktion verbunden?
2. Ist eine nachhaltige Kleidungsproduktion realisierbar? Wenn ja, wie?
3. Können Verbraucher/innen zu einer fairen und ökologisch nachhaltigen Kleidungsproduktion beitragen?

6 Stühle für die Moderation und die Talkshow-Gäste (ggf. mehr) werden in einem Halbkreis aufgestellt oder wie bei einer Podiumsdiskussion hinter einem Tisch in eine Reihe gestellt.

II. Gruppenarbeit:

Für die Talkshow zum Thema Mode sind fünf verschiedene Rollen vorgesehen:

- Moderator/in (2 Personen)
- Vertreter/in einer Modefirma
- Konsument/in von Kleidung
- Näher/in einer Zuliefererfabrik in Bangladesch
- Umweltaktivist/in

Jede Rolle wird in einer Gruppe vorbereitet. Deshalb werden als erstes 5 Gruppen gebildet. Jede Gruppe erhält eine der 5 laminierten Karten, auf denen die jeweilige Rolle beschrieben ist. Nach dem Lesen der Karte legt die Gruppe fest, wer von ihnen die Rolle in der Talk-Show besetzt. (Je nach Gruppengröße und Interesse können auch zwei Personen an der Talk-Show teilnehmen. Für die Moderation werden auf jeden Fall zwei Personen benötigt: eine Person für die Moderation und eine für das Protokoll)

Für die Vorbereitung des Auftritts ihres Kandidaten in der Talk-Show hat jede Gruppe 15-20 Minuten Zeit: Argumente für die jeweilige Rolle bzw. Antworten auf die oben genannten drei Fragen der Talk-Show werden gesammelt und von dem/der Teilnehmenden an der Talk-Show notiert. Dabei denkt die Gruppe über die Ausgangssituation, die Wünsche, Spielräume und ggf. auch Forderungen ihres Kandidaten/ihrer Rolle nach. Damit der/die Moderator/in die Gäste später gut vorstellen kann, erkundigt sich diese Gruppe bei den anderen Gruppen nach ihren jeweiligen Rollen und den Angaben zur Person (Alter etc.). Danach legt jede Gruppe einen Namen für ihren Kandidaten fest und schreibt ein gut lesbares Namensschild.

III. Durchführung der Talk-Show:

Die Talk-Gäste nehmen ihre Plätze auf den Stühlen im Halbkreis bzw. am Tisch ein und stellen ihr Namensschild vor sich auf den Boden bzw. auf den Tisch. Der/die Moderator/in setzt sich in die Mitte oder stellt sich daneben. Alle anderen Personen bilden das Publikum und setzen sich auf Stühle der Talk-Show gegenüber. Sie können – wie in einer echten Talkshow – klatschen, wenn ihnen etwas gefällt, und sich aktiv mit Fragen und Kommentaren an der Diskussion beteiligen bzw. gezielt von der Moderation zu einzelnen Themen befragt werden.

Jetzt geht's los: Die Moderation stellt die Gäste kurz vor (oder bittet diese, sich selbst vorzustellen) und führt in das Thema ein. Danach leitet die Moderation die Diskussion so, dass sich eine möglichst lebendige Unterhaltung unter den Gästen bzw. mit dem Publikum entwickelt. Dabei darf, wie in echten Talk-Shows auch, heftig gestritten, aber auch herzlich gelacht werden. Wenn alle wichtigen Argumente ausgetauscht sind, fasst der/die Protokollant/in die Ergebnisse der Diskussion kurz zusammen. Dann ist die Talk-Show zu Ende.

Ziel:

Die Teilnehmenden können in der Gruppenarbeit ihr bisher im Seminar erlangtes Wissen über die globale Textilproduktion testen und gemeinsam über die damit verbundenen Probleme nachdenken. Dieses Wissen müssen sie anwenden, um in ihre spezifischen Rollen schlüpfen und diese glaubhaft nach außen darstellen zu können. Für ihre jeweilige Rolle müssen sie Fakten und überzeugende Argumente zusammentragen. Die Methode bietet die Möglichkeit, Pro und Contra vieler Themen und Thesen rund um die Kleiderproduktion darzustellen. Die Teilnehmenden können zudem eigene Standpunkte und Meinungen entwickeln, die bislang vielleicht noch nicht thematisiert wurden, und sich im Diskutieren üben. Durch die Rolle der Aktivistin können darüber hinaus Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie bzw. wo die Teilnehmenden sich selbst engagieren können: z. B. bei Greenpeace, der BUNDJugend oder der Kampagne für Saubere Kleidung und ihren vielen Mitgliedorganisationen wie Femnet, CIR, Entwicklungspolitisches Netzwerk Sachsen, INKOTA und andere.

Auf der folgenden Seite gibt es die fünf Rollenbeschreibungen als Text; diese sind in der Materialbox als laminierte Karten enthalten.

Beschreibung der fünf Rollen/Gäste der Talk-Show:

Moderator/in (zwei Personen):

Eure Aufgaben sind die Einführung in das Thema, die Vorstellung der Podiumsgäste sowie die Leitung der Diskussion. Überlegt euch, welche Fragen ihr euren Gästen stellt. Versucht zu berücksichtigen, dass jeder Gast in der Diskussion ungefähr gleich viel Redezeit hat und seine Argumente vorstellen kann.

Überlegt euch, wer von euch die Moderation übernimmt und wer die Diskussion protokolliert. Der/die Protokollant/in fasst am Ende die Ergebnisse der Talkshow kurz zusammen.

Vertreter/in der Modefirma:

Du bist Geschäftsführer/in einer großen Modekette. In letzter Zeit ist diese immer wieder in Kritik geraten, weil bei den Zulieferunternehmen schlechte Arbeitsbedingungen herrschen und giftige Abwasser in die Umwelt gelangten. Vor kurzem hat dein Unternehmen einen neuen Verhaltenskodex entwickelt, der sich allerdings nicht auf Zulieferunternehmen erstreckt. Das Unternehmen steht zudem im Preiskampf mit anderen Modefirmen, denn der Konkurrenzdruck ist groß. Und schließlich erwarten die Kunden/innen ja auch möglichst billige Klamotten.

Überlege, wie du dein Unternehmen und die neue Strategie hier vorstellen möchtest. Bereite dich auf mögliche Kritik der anderen Gäste vor.

Konsument/in:

Du bist modebewusst und gehst gerne shoppen. Natürlich willst du nicht, dass Menschen und Umwelt ausgebeutet werden, um dein T-Shirt zu produzieren. Dennoch möchtest Du nicht zu viel Geld für Kleidung ausgeben.

Mit welchen Argumenten kannst du dein Kaufverhalten begründen? Überlege dir auch, welche Fragen du den anderen Gästen stellen möchtest. Bereite dich auf mögliche Kritik der anderen Gäste vor.

Näher/in aus Bangladesch:

Du bist 20, lebst und arbeitest in der Fabrik, die auch für die anwesende Modefirma produziert. Du arbeitest 16 Stunden am Tag, der Lohn reicht kaum zum Überleben. Davon schickst du noch Geld an deine Eltern, die deine Kinder versorgen, die du in deinem Heimatdorf zurücklassen musstest. Aufgrund der Chemikalien, denen Du ausgesetzt bist, hast Du Gesundheitsprobleme.

Überlege dir, welche Forderungen du an Modefirmen und/oder Käufer/innen stellst.

Umweltaktivist/in:

Du kämpfst gegen die Umweltbelastung und die Ressourcenverschwendung, die mit der Kleidungsproduktion einhergehen. Dich stört die „Geiz-ist geil-Mentalität“ und der gedankenlose Umgang der europäischen Käufer/innen mit diesen Konsumgütern. Außerdem kannst Du nicht verstehen, weshalb Modeketten sich nicht auf einheitliche verbindliche soziale und ökologische Standards bei der Produktion einigen können.

Überlege dir, welche Forderungen du an Modefirmen und/oder Käufer/innen stellst.

„Wir können auch anders...“ - Wege zu einem bewussten Kleiderkonsum und aktivem Engagement

Methode zur Aktivierung

Alter: ab 14

Zeit: 40 Minuten (20 Minuten Gruppenarbeit, 20 Minuten Präsentation)

Material:

4 Bilder/Fotos zum Zerschneiden für Gruppenbildung, ein Beutel, Stifte zum Schreiben und Malen, Papierbögen, Flipchart bzw. Pinnwand, Moderationskarten und für jede der vier Gruppen die jeweiligen Arbeitsblätter (siehe unten)

Vorbereitung:

Bildung von vier Kleingruppen (KG): Pro Gruppe wird je ein Foto/Bild, passend zum Thema, in Schnipsel geschnitten. Alle Foto-Schnipsel kommen in einen Beutel, die Teilnehmenden ziehen verdeckt je einen Schnipsel und suchen anschließend die anderen Teile des Fotos, also ihre Gruppenmitglieder. Die KG erhalten ihre Aufgabenblätter und haben 20 Minuten Zeit für die Gruppenarbeit. Danach präsentieren sie ihre Ergebnisse im Plenum.

Auswertung:

Diese Methode sollte gegen Ende eines Seminars eingesetzt werden, wenn die Teilnehmenden bereits Kenntnisse über die globale Baumwoll- und Textilproduktion und deren sozialen und ökologischen Folgen haben und zuvor auch über ihren eigenen Kleiderkonsum nachgedacht haben. Ziel ist es, dass die Teilnehmenden sich in der Gruppe noch einmal über die jeweiligen Themen austauschen und sich dann Gedanken darüber machen, welche Handlungsoptionen sie haben: sowohl bezüglich eines anderen Kleider-Konsums als auch bezüglich eines aktiven Engagements. Nach der Präsentation jeder Gruppe kann sich gut eine Diskussion darüber anschließen, ob die vorgestellten Handlungsoptionen für sie selber auch in Frage kämen, was sie ggf. daran hindert und ob sie schon Erfahrungen damit gemacht haben. Beispielsweise weigern sich viele Jugendliche und junge Erwachsene aus hygienischen Gründen, Second-Hand-Klamotten zu tragen, andere wiederum tauschen ihre Kleider ohne Probleme in Online-Börsen...

Im Handout für die Teilnehmenden (auch auf dieser CD-Rom) werden einige Handlungsalternativen sowie verschiedene Möglichkeiten, aktiv zu werden, genannt. Die Seminarleitung kann das Dokument zur Beratung der Kleingruppen nutzen als auch anschließend für die Auswertung: Die vorgestellten Ideen der KG Alternativen Kleiderneukauf können um weitere Möglichkeiten ergänzt werden, wenn nicht alle genannt wurden. Gute weiterführende Infos zur Problematik und zum Umgang mit Altkleidern finden sich zudem auch bei www.fairwertung.de. Nach der Vorstellung der KG Kampagne Arbeitsbedingungen sollte auf die Arbeit der Kampagne für Saubere Kleidung hingewiesen werden, im Anschluss an die Präsentation der KG Kampagne Umwelt z. B. auf die Arbeit von Greenpeace. Das Handout selbst sollte den Teilnehmenden erst am Ende der Veranstaltung gegeben werden.

Gruppe 1 - Alternativen Kleiderneukauf

Ihr habt bis jetzt viel erfahren über den Baumwollanbau, die globale Textil- und Bekleidungsproduktion, Kinderarbeit usw. Und ihr habt euch Gedanken über euren Kleiderkonsum gemacht. Jetzt habt ihr 20 Minuten Zeit für folgende Aufgaben:

1. Überlegt in der Gruppe, was ihr tun könnt, statt Klamotten neu zu kaufen. Kennt ihr **Alternativen**? Habt ihr welche ausprobiert?
2. Denkt euch außerdem einen **Spruch/Slogan** aus, mit dem ihr die Leute zu einem anderen Konsumverhalten auffordern würdet.

Anschließend stellt ihr die Ergebnisse eurer Gruppe den anderen Teilnehmenden vor. Art und Weise der Präsentation könnt ihr ganz nach Belieben wählen: Ihr könnt eure Ideen auf einem Flipchartbogen (mit Schrift und/oder Zeichnungen) darstellen, sie auf Moderationskarten an der Pinnwand präsentieren oder eine Szene zu eurem Thema/Slogan vorspielen.

Gruppe 2 – Altkleider

Ihr habt jetzt viel erfahren über den Baumwollanbau, die globale Textil- und Bekleidungsproduktion, Kinderarbeit usw. Und ihr wisst nun, dass Altkleidercontainer keine gute Lösung für gebrauchte Kleidung sind, da diese Altkleider an Textilverwertungsfirmen verkauft werden, die sie an Zwischenhändler in Osteuropa oder Afrika weiterverkaufen. Jetzt habt ihr 20 Minuten Zeit für folgende Aufgaben:

1. Überlegt in der Gruppe, was ihr mit Altkleidern noch machen könnt, statt sie in den Container zu werfen.
2. Denkt euch außerdem einen **Spruch/Slogan** aus, mit dem ihr die Leute zu einem anderen Umgang mit Altkleidern auffordern würdet.

Anschließend stellt ihr die Ergebnisse eurer Gruppe den anderen Teilnehmenden vor. Art und Weise der Präsentation könnt ihr ganz nach Belieben wählen: Ihr könnt eure Ideen auf einem Flipchartbogen (mit Schrift und/oder Zeichnungen) darstellen, sie auf Moderationskarten an der Pinnwand präsentieren oder eine Szene zu eurem Thema/Slogan vorspielen.

Gruppe 3 - Kampagne Umwelt

Ihr habt jetzt viel erfahren über den Baumwollanbau, die globale Textil- und Bekleidungsproduktion, Kinderarbeit usw. Und ihr wisst, welche Folgen das für die Umwelt hat: enormer Wasserverbrauch, verseuchte Gewässer oder wie beim Aralsee Rückgang des Wassers, Entstehung einer giftigen Salzwüste etc. Jetzt habt ihr 20 Minuten Zeit für folgende Aufgaben:

1. Überlegt in der Gruppe, wer für diese Umweltzerstörung verantwortlich ist und wie man daran etwas ändern könnte: Welche Argumente, welche Aktionen könnten überzeugen?
2. Denkt euch außerdem einen **Spruch/Slogan** für eine Aktion aus, mit der ihr euch für eine umweltfreundliche oder ökologische Textilproduktion einsetzen würdet.

Anschließend stellt ihr die Ergebnisse eurer Gruppe den anderen Teilnehmenden vor. Art und Weise der Präsentation könnt ihr ganz nach Belieben wählen: Ihr könnt eure Ideen auf einem Flipchartbogen (mit Schrift und/oder Zeichnungen) darstellen, sie auf Moderationskarten an der Pinnwand präsentieren oder eine Szene zu eurem Thema/Slogan vorspielen.

Gruppe 4- Kampagne Arbeitsbedingungen

Ihr habt jetzt viel erfahren über den Baumwollanbau, die globale Textil- und Bekleidungsproduktion, Kinderarbeit usw. Und ihr wisst mehr über die ausbeuterischen und menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen in der Baumwoll- und Textilproduktion. Jetzt habt ihr 20 Minuten Zeit für folgende Aufgaben:

1. Überlegt in der Gruppe, wer für diese Arbeitsbedingungen verantwortlich ist und wie man daran etwas ändern könnte.
Welche Argumente, welche Aktionen könnten überzeugen?
2. Denkt euch außerdem einen **Spruch/Slogan** für eine Aktion aus, mit der ihr euch für gerechtere Arbeitsbedingungen in der Baumwoll- und Textilproduktion einsetzen würdet.

Anschließend stellt ihr die Ergebnisse eurer Gruppe den anderen Teilnehmenden vor. Art und Weise der Präsentation könnt ihr ganz nach Belieben wählen: Ihr könnt eure Ideen auf einem Flipchartbogen (mit Schrift und/oder Zeichnungen) darstellen, sie auf Moderationskarten an der Pinnwand präsentieren oder eine Szene zu eurem Thema/Slogan vorspielen.