

## 6.4. Kritischer Konsum am Beispiel der Jeans

→ Planspiel und Kleidertauschparty mit Schüler\*innen des 10. Jahrgangs in der IGS Roderbruch



Für ihr Projekt haben Gina, Katharina und Jakob ein tolles Planspiel entworfen, das gerne für andere zukünftige Projekte verwendet werden darf. Sie haben das Bewusstsein der Schüler\*innen für die Zusammensetzung eines Jeanspreises und die Produktionskette der Jeans, sowie deren Auswirkungen auf Mensch und Umwelt erweitert. Das Wetter hat ihrem Projekt noch einmal eine ganz neue Richtung gegeben, jedoch haben sie sich nicht entmutigen lassen und eine Nachholmaßnahme durchgeführt, die noch erfolgreicher wurde als gedacht.

### Motivation und Ziele

Gina, Katharina und Jakob setzen sich schon länger mit dem Thema Kritischer Konsum auseinander. Sie haben auch eigentlich den Eindruck, dass das Thema nicht mehr ganz unbekannt ist. Doch trotzdem handeln viele Menschen in ihrem alltäglichen Leben, ohne die sozialen und ökologischen Konsequenzen zu bedenken. Sie wollen daher nicht nur über Missstände informieren, sondern mit Menschen konkrete Handlungsoptionen erarbeiten. „Unser Ziel ist, dass junge Menschen ihr persönliches Konsumverhalten und dessen Auswirkungen reflektieren.“

→ Wer sollte erreicht werden?

20 Jugendliche der 10. Klasse (ca. 16 Jahre alt)

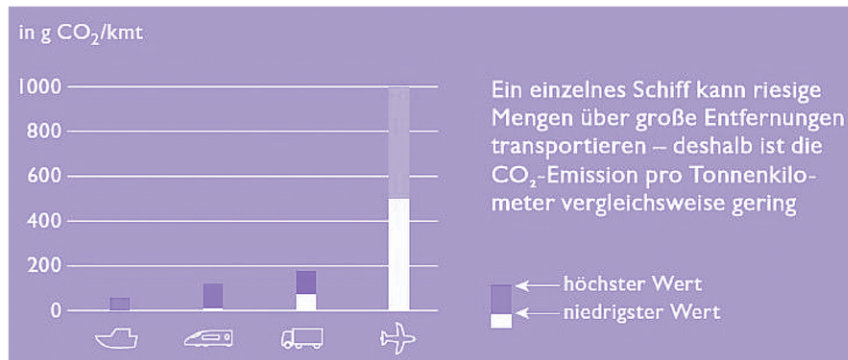
### Was ist konkret passiert?

In den Vorbereitungsmonaten wird das Planspiel, das sich die Drei ausgedacht haben, entwickelt und Kontakt zu einer Schule gesucht (mind. vier Planungstreffen und individuelle Arbeit).

**Veranstaltung: Workshop und Hitzefrei.** Die Veranstaltung selbst besteht aus vier Schritten:

1. Thematischer Einstieg in das Thema Kritischer Konsum.
2. Planspiel: Die Teilnehmer\*innen werden in vier Gruppen à sechs Personen eingeteilt und bilden ein Start-up-Unternehmen, das Jeans produziert. Jede Gruppe hat spezifische Kriterien und Vorgaben, anhand derer die Produktion der Jeans geplant werden soll. Dafür werden Informationsmaterialien und Preistabellen zur Verfügung gestellt.
3. Präsentation der Ergebnisse: Die Teilnehmer\*innen legen ihre Rollen als Unternehmer\*innen ab und es werden mit Leitfragen die erarbeiteten Themen reflektiert. Es wurden gemeinsam alternative Handlungsformen beim Kleiderkonsum gesammelt, die die Teilnehmer\*innen in ihrem Alltag umsetzen können.
4. Kleidertauschparty: Die im Workshop entstandenen Plakate werden dort aufgehängt. Dabei stoßen auch die übrigen Schüler\*innen des Jahrgangs hinzu und sie wird somit auch als Akquise für finanzielle Mittel für die Abschlussfeier genutzt.

## Transport



[www.forschungsinformationssystem.de](http://www.forschungsinformationssystem.de)

Die Bedeutung des Seehandels ist vor allem aufgrund der relativ geringen Frachtkosten gestiegen, weil die Logistik beschleunigt ist, die Containergrößen standardisiert sind und die Schiffe immer mehr Container transportieren können. Doch birgt die Handelsschifffahrt auch viele Nachteile für Mensch und Umwelt, besonders da die Emissionen zumeist dicht an den Küsten in die Luft gelangen. 90 Prozent aller großen Schiffe fahren heute mit Schweröl, dies fällt bei den Raffinerien als Rückstand bei der Erdölverarbeitung an und ist voller Verunreinigungen, Sand und Asche. Beim Verbrennen werden neben Kohlendioxid auch Stickoxide, Schwefeldioxid, Ruß und Feinstaub ausgestoßen. Schiffe sind im Prinzip schwimmende Müllverbrennungsanlagen, die Ökosysteme und Gesundheit schädigen.

Der Lkw-Verkehr verursacht einen erheblichen Anteil der Belastungen, die vom Straßenverkehr ausgehen. Diese Belastungen reichen vom Lärm über Abgase und die durch den Lkw-Verkehr erzeugten Straßenschäden, bis hin zu schwerwiegenden Folgen von Verkehrsunfällen, an denen Lkw beteiligt sind. Mit rund 70 Prozent Anteil an der Verkehrsleistung dominiert der Lkw auf der Straße das Güteraufkommen in Deutschland.

Der Verkehr ist durch den Ausstoß des Klimagases Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) mittlerweile einer der größten Verursacher der globalen Klimaerwärmung - mit steigender Tendenz. Bis zu einem Viertel aller CO<sub>2</sub>-Emissionen stammen vom Verkehr.

Quellen: [www.bpb.de](http://www.bpb.de), [www.greenpeace.de](http://www.greenpeace.de), [www.planet-wissen.de](http://www.planet-wissen.de), [www.nabu.de](http://www.nabu.de), [www.welt.de](http://www.welt.de), [www.umweltbundesamt.de](http://www.umweltbundesamt.de), [www.xpaket.de](http://www.xpaket.de)

Planspiel „Kritischer Konsum am Beispiel der Jeans“  
Station Konfektion

### Konfektion

Als Start-up-Unternehmen in der Kleidungsbranche müsst Ihr Euch nun überlegen, in welcher Fabrik die Konfektion, also das Zuschneiden und Nähen Eurer Jeans, stattfinden soll. Dabei könnt Ihr Euch an verschiedenen Kriterien orientieren, je nachdem, welche für Euer Unternehmen besonders wichtig sind. Da wären unter anderem die Frage nach dem Lohn, den die Näher\*innen und anderen Arbeiter\*innen in Eurer Konfektionsfabrik verdienen sollen, die Frage nach den Bedingungen, unter denen die Arbeitnehmer\*innen arbeiten sollen, und die Frage nach dem Land, in dem die Fabrik sich befinden soll, die neben dem Transportweg auch politische und gesellschaftliche Faktoren impliziert.



Nähfabrik in Rangun, Myanmar ( www.swr.de, Zugriff: 24.05.2018)

Ihr findet an dieser Station die Steckbriefe von vier fiktiven Fabriken, die unterschiedliche Merkmale aufweisen. Wählt für die Konfektion Eurer Jeans die Fabrik aus, die sich am besten mit den Anliegen, Prinzipien und Zielen Eures Unternehmens vereinbaren lässt. In der Spalte „Bewertung“ neben den Steckbriefen könnt Ihr Euch Notizen dazu machen, was die entsprechenden Angaben für Euch bedeuten und wie Ihr sie bewertet.

Zur Orientierung und Unterstützung bei der Entscheidungsfindung stehen Euch zudem ein Auszug aus der *Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte* und zwei Schaubilder, die die Mindestlöhne in verschiedenen Ländern Südosteuropas und Asiens sowie den dadurch gedeckten Anteil am Existenzminimum darstellen, zur Verfügung.

## „Uns ist bewusst geworden, wie sehr unser Wohlstand von der ökonomischen, ökologischen und sozialen Ausbeutung der Länder des globalen Südens abhängt.“

Aufgrund von Hitzefrei – schön für die Schüler\*innen, blöd für die Projektkoordinator\*innen – wurde der Workshop etwas umgestaltet. Die Kleidertauschparty musste abgesagt werden und der Workshop spontan etwas verkürzt. Nach den Sommerferien wurde die Kleidertauschparty nachgeholt. „Tatsächlich haben wir beim Toleranz-Schulfest einen Kleidertauschstand angeboten, der sehr gut angenommen wurde. Da die Schule – unter anderem mithilfe unseres Projekts (!) als Europa-Schule zertifiziert wurde, war sogar der niedersächsische Ministerpräsident vor Ort und auch an unserem Stand! Es war wirklich schön zu sehen, wie einige, die zunächst unglaublich dem Konzept Kleidertauschparty gegenüberstanden, zum Weiterdenken und vielleicht ja sogar Umdenken angeregt wurden. Es war ein toller Nachmittag mit größeren Auswirkungen, als es der eigentliche Plan vorgesehen hatte, denn so haben wir neben den Schüler\*innen auch Eltern, Geschwister und Geflüchtete erreicht.“

Impact-Bewertung: „Durch die verkürzte Workshop-Zeit konnten wir leider weniger tiefgründig über das Thema diskutieren, reflektieren und das Planspiel evaluieren als geplant. Daher ist der angestrebte Impact in etwas geringerem Maße erreicht worden. Trotzdem gehen wir davon aus, dass die Teilnehmer\*innen in Zukunft kritischer über ihr eigenes Konsumverhalten nachdenken werden und die erarbeiteten alternativen Handlungsoptionen zumindest teilweise ausprobieren werden. Außerdem denken wir, dass wir die Teilnehmer\*innen auf die Relevanz des Themas Konsum aufmerksam gemacht haben und damit auch ihr direktes Umfeld beeinflussen konnten.“

„Durch die nachgeholt Kleidertauschparty wurde aber mehr erreicht als gedacht: wir konnten die Schule dabei unterstützen, eine tolle Zertifizierung zu bekommen und haben eine Menge Feedback von nicht vorhersehbaren Seiten bekommen.“

### Erfahrungen

→ Besonderheiten: „Zuallererst das Arbeitsklima in unserem Projektteam, was es viel einfacher machte, mit den großen Herausforderungen umzugehen. Auch die Zusammenarbeit mit unserem Ansprechpartner an der Schule war sehr angenehm und produktiv, seine Hilfsbereitschaft sehr groß.“ „Die Kreativität der Mehrheit der Schüler\*innen beim Planspiel und ihre Offenheit, sich auf ihre Rolle innerhalb des Spiels einzulassen, hat ihnen und auch mir sehr viel Spaß bereitet.“

→ Do No Harm Check: ● Um Genderklischees entgegenzuwirken, wird die mitgebrachte Kleidung nicht nach Geschlechtern geordnet ● Bei der Kleidertauschparty könnten bestimmte mitgebrachte oder mitgenommene Kleidungsstücke zur Diskreditierung unter den Schüler\*innen führen. Mit vorherigen Hinweisen zum respektvollen Umgang miteinander soll dem entgegengewirkt werden ● Teilnehmer\*innen könnten sich bezüglich ihres eigenen Konsums und der dafür zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel bloßgestellt fühlen ● Bei der Methode des Soziogramms können bestimmte Fragestellungen dazu führen, dass sich Teilnehmer\*innen diskriminiert fühlen. Dies kann verhindert werden, indem mit hypothetischen Beispielen gearbeitet und eine Atmosphäre der Akzeptanz geschaffen wird ● Aufgrund des Do No Harm Checks kommen folgende Fragen auf, über die in Workshops offen geredet werden kann, und versucht werden kann, einen gerechten und angebrachten Umgang mit der Thematik zu provozieren:

- Machen Marken Identität aus?
- Warum ist es wichtig, diese oder jene Kleidung zu tragen?
- Warum sind wir so anfällig für Werbung?
- Warum ist es so wichtig, diese Marken zu tragen?

„Da sich in der Gruppe auch eine Schülerin im Rollstuhl befand, waren wir uns nicht sicher, ob die Sensibilität unserer Sprache ausgereicht hat, um sie nicht zu diskriminieren. Zum Beispiel hätten Sätze wie ‚Steht mal alle auf‘ auch umformuliert werden können in ‚Kommt mal in einen Kreis/ in die Mitte‘.“

„Die Schule wurde – unter anderem mit Hilfe unseres Projekts (!) – als Europa-Schule zertifiziert.“

→ Probleme und ihre Überwindung: ● „Schwierig fand ich die Komplexitätsreduzierung der Inhalte bei der Erstellung des Planspiels. Zum Thema „Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie“ gibt es einfach eine Menge an Informationen. Wir wollten es einerseits so realitätsnah wie möglich gestalten und andererseits natürlich so, dass die Teilnehmer\*innen die Informationen auch ohne großes Vorwissen verstehen können. Bezüglich Transport und Marketing war es hingegen schwierig, genaue Informationen zu finden. Es war eine Herausforderung, zu entscheiden, welche Informationen in das Planspiel einfließen. Das tat zum Teil weh, weil wir ja wussten, wie viel komplexer die Prozesse eigentlich ablaufen und wir sie nur sehr vereinfacht darstellen konnten. Überwunden haben wir diese Schwierigkeit einfach durch gemeinsames Überlegen, Abwägen, Diskutieren und Akzeptieren der Tatsache, dass in einem Planspiel die Realität nur vereinfacht dargestellt werden kann, was ja unter anderem auch Sinn der Methode ist“ ● „Auch die Auswahl passender Quellen bereitete mir persönlich anfangs große Schwierigkeiten. Ich habe gemerkt, wie schwierig es ist, passendes Material im Internet oder der Bibliothek zu finden, wenn man sich auf dem Gebiet nicht besonders gut auskennt. Mit der Zeit lernte ich, welche die passenden Suchbegriffe sind und welche Institutionen oder Vereine hilfreich sein könnten“ ● „Eine Schwierigkeit war die unerwartete Verkürzung der Zeit, die wir für die Durchführung des Workshops zur Verfügung hatten, durch Hitzefrei an der Schule. Die Reflexionsphase nach dem Planspiel musste deswegen leider spontan gekürzt und die Kleidertauschparty abgesagt werden. Das war einfach ärgerlich, aber wir konnten nichts dagegen tun. Die Kleidertauschparty wurde auf einem Schulfest nachgeholt“ ● „Der transparente Umgang mit der Tatsache, dass wir relativ ratlos waren, wie wir trotz Hitzefrei den Workshop zu einem runden Ende bringen konnten, war sehr hilfreich. Die Schüler\*innen haben sehr verständnisvoll reagiert und der Umgang miteinander auf so einer Ebene erleichterte es, mit der Situation umzugehen und das Beste daraus zu machen“

→ Impulse für das nächste Mal: ● Darauf verzichten, ein eigenes Planspiel zu entwerfen und den hohen Zeitaufwand, den die Recherche und das Ausarbeiten des Planspiels in Anspruch genommen hat, lieber anders investieren, zum Beispiel in die Suche nach bereits fertigen und zugänglichen Materialien, die von Profis erstellt wurden ● Davon, dass diese drei Projektkoordinator\*innen ein eigenes Planspiel entworfen haben, können in Zukunft aber ganz schön viele Multiplikator\*innen profitieren! Denn das Planspiel ist auf der Lernplattform oder der Dropbox zu finden und alle sind dazu eingeladen es durchzuführen. Danke an Gina, Jakob und Katharina!

---

## Eckdaten

→ Datum und Ort: 29. Mai und 24. August 2018, IGS Roderbruch, Hannover  
→ Projektkoordinator\*innen: Gina Faßbender (Zentrum für Mission und Ökumene, Nordkirche weltweit (ZMÖ), Indien), Katharina Heil (Ev.-luth. Missionswerk in Niedersachsen, Chile), Jakob Berezna (Zentrum für Mission und Ökumene, Nordkirche weltweit (ZMÖ), Paraguay)  
→ Kontakt: ginaf@gmx.de  
katharina.heil97@gmail.com  
jakob@berezna.de  
→ Weitere Infos: Selbst entwickelte Materialien stehen allen Interessierten zur Verfügung



## Planspiel „Kritischer Konsum am Beispiel der Jeans“

**Gruppe 3**

Ihr seid die Besitzer eines Modeunternehmens, das bisher günstige „fast-fashion“ für einen Modediscouter produziert hat. Bei einer Reise durch Südostasien habt ihr

allerdings festgestellt, dass die dortigen Menschen sich anders kleiden als in Europa.

und Sie

Ausric

Ihr m

• alle

• die l

Aus

• die l

Dabei

Stand:

sind. A

Beispi

## Planspiel „Kritischer Konsum am Beispiel der Jeans“

**Gruppe 1**

Ihr seid eine Gruppe junger Unternehmer\*innen, die nach ihrem Wirtschaftsstudium die Vision haben, modische Kleidung zu produzieren, die für alle Menschen erschwinglich sein soll. Ihr wollt, dass alle Menschen hierzulande die Möglichkeit haben, sich stets nach der neuesten Mode zu kleiden. Deshalb ist es euch besonders wichtig, dass der Preis der von Euch produzierten Jeans eine bestimmte Summe nicht übersteigt. Wo und unter welchen Bedingungen die einzelnen Produktionsschritte stattfinden, ist dabei allenfalls Nebensache. Hauptsache, ihr erreicht ein möglichst breites Spektrum von Käufer\*innen.

Maximalpreis Eurer Jeans: 22€

AufgabenAufgab

1. Inf

Je:

Un

Pr

2. En:

Op

3. Ad

zus

• 7,

• 9€

• 1€

• O

g€

4. Ers

eue

5. Ihr

Inv

eue

Inv

eue

län

1. Informiert euch an den Stationen zu den unterschiedlichen Produktionsschritten einer Jeans. Dort erfahrt ihr auch, welche Auswirkungen die Schritte auf Menschen und Umwelt haben. In eurer Firma spezialisieren sich jeweils 1-2 Personen auf einen Produktionsschritt.
2. Entscheidet euch bei jedem der Produktionsschritte für eine der vorgeschlagenen Optionen. Diese müssen möglichst zur Beschreibung eures Unternehmens passen.
3. Addiert die bei den Produktionsschritten anfallenden Kosten. Addiert am Ende zusätzlich:
  - 5€ für den Profit des Unternehmens
  - 19% Mehrwertsteuer
4. Erstellt mit Hilfe der Vorlage ein Plakat zur Vorstellung eures Unternehmens. Denkt euch einen Namen und einen Slogan aus, der eure Marke verkörpert.
5. Ihr stellt euer Konzept auf einer Modemesse vor, um Werbung zu machen und Investoren für die Firmengründung des Start-ups zu gewinnen. Überlegt euch, wie Ihr euer Unternehmen möglichst prägnant und effektiv präsentieren könnt. Um die Investoren überzeugen zu können, müsst ihr vermitteln, dass ihr voll und ganz hinter eurem Produkt und dem Unternehmenskonzept steht. Die Präsentation sollte nicht länger als 3 Minuten dauern.

Planspiel „Kritischer Konsum am Beispiel der Jeans“

## Gruppe 2

Ihr seid eine Gruppe junger Unternehmer\*innen, die nach ihrem Modedesign-Studium die Vision haben, mit einem eigenen Start-up-Unternehmen den großen Modeunternehmen wie Dolce & Gabbana, Armani oder Hugo Boss Konkurrenz zu machen. Euer Ziel ist es, euch bald schon mit euren Produkten auf der Berlin Fashion Week präsentieren zu können. Dafür müsst ihr viel Arbeit und Geld in das Design und das Marketing investieren. Schließlich muss euer Markenname erst einmal bekannt werden und ein gewisses Prestige erreichen. Um ständig neue modische Produkte designen zu können, benötigt ihr zusätzlich Geld, das durch den Profit beim Jeansverkauf verdient werden soll. Wo und unter welchen Bedingungen die einzelnen Produktionsschritte stattfinden, ist dabei eher zweitrangig. Ihr wollt aber natürlich trotzdem nicht, dass eure Marke schlechte Schlagzeilen bekommt.

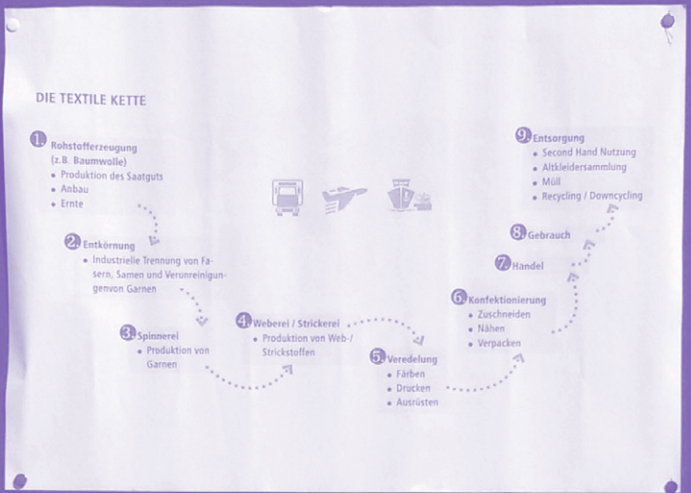
Um Prestige zu erreichen, solltet ihr viel Geld für Marketing ausgeben und in einem **Designerladen** eure Produkte anbieten. Eure Ausgaben für Marketing und Verkauf sind nach oben offen.

Mindestens 50% des Jeanspreises muss der Profit des Unternehmens sein.

### Aufgaben

1. Informiert euch an den Stationen zu den unterschiedlichen Produktionsschritten einer Jeans. Dort erfahrt ihr auch, welche Auswirkungen die Schritte auf Menschen und Umwelt haben. In eurer Firma spezialisieren sich jeweils 1-2 Personen auf einen Produktionsschritt.
2. Entscheidet euch bei jedem der Produktionsschritte für eine der vorgeschlagenen Optionen. Diese müssen möglichst zur Beschreibung eures Unternehmens passen.
3. Addiert die bei den Produktionsschritten anfallenden Kosten. Verdoppelt das Ergebnis für den eigenen Profit. Addiert am Ende zusätzlich:
  - 19% Mehrwertsteuer
4. Erstellt mit Hilfe der Vorlage ein Plakat zur Vorstellung eures Unternehmens. Denkt euch einen Namen und einen Slogan aus, der eure Marke verkörpert.
5. Ihr stellt euer Konzept auf einer Modemesse vor, um Werbung zu machen und Investoren für die Firmengründung des Start-ups zu gewinnen. Überlegt euch, wie Ihr euer Unternehmen möglichst prägnant und effektiv präsentieren könnt. Um die Investoren überzeugen zu können, müsst ihr vermitteln, dass ihr voll und ganz hinter eurem Produkt und dem Unternehmenskonzept steht. Die Präsentation sollte nicht länger als 3 Minuten dauern.





Namen: \_\_\_\_\_

### Unternehmen:

Logo: \_\_\_\_\_  
 Blog: \_\_\_\_\_  
 Web: \_\_\_\_\_

**Reise der Jeans:**

29,08€

**1 Baumwolle (Preis: 3,5€)**  
 Wo? ...  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: ...

**2 Ausrüsten, Färben, Besetzen (Preis: 4,0€)**  
 Wo? ...  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: ...

**3 Weben (Preis: ...)**  
 Wo? ...  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: ...

**4 Transport (Preis: ...)**  
 Entfernung: ...  
 Transportmittel: ...  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: ...

**5 Marketing und Einzelhandel (Preis: ...)**  
 Wo? ...  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: ...

Zusätzliche Angaben: \_\_\_\_\_

3

Namen: \_\_\_\_\_

### Unternehmen: GREEN GIENIE

Blog: *KLUSCHIE*  
 Web: \_\_\_\_\_

**1 Baumwolle (Preis: 3,5€)**  
 Wo? ...  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: ...

**2 Ausrüsten, Färben, Besetzen (Preis: 4,0€)**  
 Wo? ...  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: ...

**3 Weben (Preis: ...)**  
 Wo? ...  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: ...

**4 Transport (Preis: ...)**  
 Entfernung: ...  
 Transportmittel: ...  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: ...

**5 Marketing und Einzelhandel (Preis: ...)**  
 Wo? ...  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: ...

Zusätzliche Angaben: \_\_\_\_\_

12





über der Jeans

Hersteller (Preis: 6,00 €) \_\_\_\_\_  
 Herstellung: ... in ... (z.B. K., Mex.) \_\_\_\_\_  
 Importeur: ... (z.B. H&M, Aldi) \_\_\_\_\_  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: ... (z.B. Wasserverbrauch, Chemikalien)

Marketing und Einzelhandel (Preis: 5,00 €)  
 Wer? ... (z.B. H&M, Aldi) \_\_\_\_\_  
 Wo? ... (z.B. H&M, Aldi) \_\_\_\_\_  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: ... (z.B. Transport, Verpackung)

Endliche Angaben:  
 ... (z.B. Müll, Wasser, Energie) \_\_\_\_\_



Name: ...

Unternehmen: \_\_\_\_\_  
 Logo: \_\_\_\_\_  
 Slogan: \_\_\_\_\_  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: \_\_\_\_\_

Baumwolle (Preis: 1,00 €)  
 Wer? ...  
 Wo? ...  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: \_\_\_\_\_

Farben, Bleichen (Preis: 1,00 €)  
 Wer? ...  
 Wo? ...  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: \_\_\_\_\_

Wasser (Preis: 1,00 €)  
 Wer? ...  
 Wo? ...  
 Auswirkungen für Mensch und Umwelt: \_\_\_\_\_

3

