



WEAR(E)ABLE

BEST DRESSED SUSTAINABLY

“WEAR(E)ABLE - BEST DRESSED SUSTAINABLY”

Erasmus+ Projekt 2019-3-AT02-KA205-002603

INTELLECTUAL OUTPUT 3

WORKSHOP PLAN UND ANLEITUNGEN --- ANHANG ---



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

Inhaltsverzeichnis

Anhang 1. Materialien für Tag 1	3
Anhang 2. Materialien für Tag 2	12
Anhang 3. Materialien für Tag 3	24

Anhang 1. Materialien für Tag 1

STARTER/ICEBREAKER-EINHEIT

SELBSTASSESSMENT

➤ INDOOR, OUTDOOR & ONLINE

- Nach welchen Kriterien kaufst du deine Kleidung?
- Was möchtest du mit deinem Outfit über dich aussagen?
- Welches Bild von dir möchtest du anderen vermitteln?
- Wie viel Zeit brauchst du, um dein Outfit auszuwählen?
- Wo kaufst du normalerweise deine Kleidung ein?
- Überprüfst du das Etikett, um zu sehen, aus welchem Material ein Kleidungsstück hergestellt ist, bevor du es kaufst?
- Überprüfst du das Herkunftsland der Kleidungsstücke, bevor du sie kaufst?
- Achtest du auf die Anleitungen, wie du deine Kleidung waschen sollst?
- Reparierst du normalerweise deine Kleidung, wenn sie kaputt geht?
- Wie viele Kleidungsstücke kaufst du im Durchschnitt pro Jahr?
- Wie entscheidest du, ob du ein Kleidungsstück weiter benutzt oder aus deinem Kleiderschrank entfernst?
- Wie entsorgst du deine Kleidung?



➤ ONLINE

Für eine erste Assessmentaktivität ist es am einfachsten, einen Fragebogen mit 'Google Forms' zu erstellen (<https://www.google.it/intl/en/forms/about/>). Die Nutzung des Tools ist einfach und es gibt zahlreiche Online-Tutorials über die Erstellung einer Umfrage. Denken Sie daran, sich vorab zu

registrieren, falls Sie noch keinen Account haben. Andere Tools zur Erstellung von Umfragen sind zum Beispiel Survio <https://www.survio.com/it/> oder Survey Monkey <https://it.surveymonkey.com/>. Achten Sie darauf, dass die Teilnehmenden eine Kopie ihrer Antworten bekommen, nachdem sie die Umfrage ausgefüllt haben.

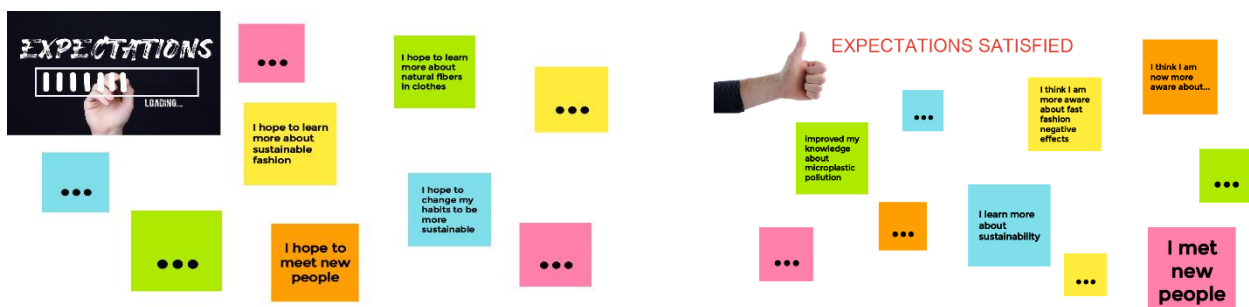
ERWARTUNGEN

➤ ONLINE

Hier finden Sie ein Beispiel dafür, wie ein entsprechendes Whiteboard für diese Aktivität aussehen könnte. Denken Sie daran, dass dieses Board auch am Ende der gesamten Workshop-Tage für die abschließende Einheit verwendet wird. Sie sehen unten ein Beispiel, wie dieses Whiteboard am Anfang und am Ende des gesamten Workshops aussehen sollte.

Im Internet können Sie weitere Tools finden, mit denen kostenlos Whiteboards erstellt werden können. Üblicherweise ist dafür die Erstellung eines eigenen Accounts notwendig. Die am meisten genutzten Tools sind:

- Google Jamboard (Wenn Sie bereits einen Google Account haben, können Sie es bei den anderen Google-Tools wie Gmail, Drive, etc. finden.)
- Miro <https://miro.com/>
- Reyboard <https://www.ryeboard.com/>
- Mural <https://www.mural.co/>



EINHEIT 1

NACHHALTIGE TEEZEIT

➤ INDOOR, OUTDOOR & ONLINE

Hier finden Sie nützliche Websites zum Konzept der Nachhaltigkeit und den 3 Pfeilern:

Englisch	• https://www.environmentalscience.org/sustainability • https://circularecology.com/sustainability-and-sustainable-development.html Videos: • https://www.youtube.com/watch?v=rmQby7adocM
Deutsch	• https://thesustainablepeople.com/das-drei-saeulen-modell-der-nachhaltigkeit/ • https://www.wir-leben-nachhaltig.at/aktuell/detailansicht/nachhaltigkeit • https://initiative-bettern.tomorrow.de/was-ist-eigentlich-die-definition-von-nachhaltigkeit/ • https://utopia.de/ratgeber/drei-saeulen-der-nachhaltigkeit-modell/ • https://kinder.wdr.de/tv/neuneinhalb/mehrwissen/extras/beitrag-extra-nachhaltigkeit100.html Videos: • https://www.youtube.com/watch?v=RcNKHQb8QIc
Italienisch	• https://treccani.it/enciclopedia/sostenibilita/ • https://www.ambientediritto.it/wp-content/uploads/2020/04/LO-SVILUPPO-SOSTENIBILE_Salvemini.pdf (more academic) • https://www.minambiente.it/pagina/pillole-di-sostenibilita • https://www.minambiente.it/pagina/strategia-nazionale-lo-sviluppo-sostenibile • https://www.francoangeli.it/Area_PDFDemo/365.734_demo.pdf
Litauisch	• https://lt.uzvisit.com/4650-sustainability • https://www.ekoloji.com/lt/ekoloji/surdurulebilirlik-nedir/ • https://dusk.lt/kas-yra-tvari-mada/

	• https://www.bernardinai.lt/2019-08-19-tvari-mada-kaip-ismokti-noreti-maziau-ir-pamilti-tai-kas-yra-spintoje/ • https://vb.vda.lt/object/elaba:8676600/8676600.pdf
Polnisch	• https://www.gov.pl/web/rozwoj-praca-technologia/zrownowazony-rozwoj • https://www.researchgate.net/profile/Robert-Barelkowski/publication/291348819_SPSP-W01_Koncepcja-zrownowazonego-rozwoju/links/56a1b32c08ae24f6270212c3/SPSP-W01-Koncepcja-zrownowazonego-rozwoju.pdf • https://mfiles.pl/pl/index.php/Idea_zr%C3%B3wnowa%C5%BConego_rozwoju • http://www.howtowearfair.com/ • https://www.youtube.com/watch?v=JKD2TSPfma8 • https://www.youtube.com/watch?v=CZaZFUF8EDA • https://www.youtube.com/watch?v=4U1iIEjIVCQ

➤ ONLINE

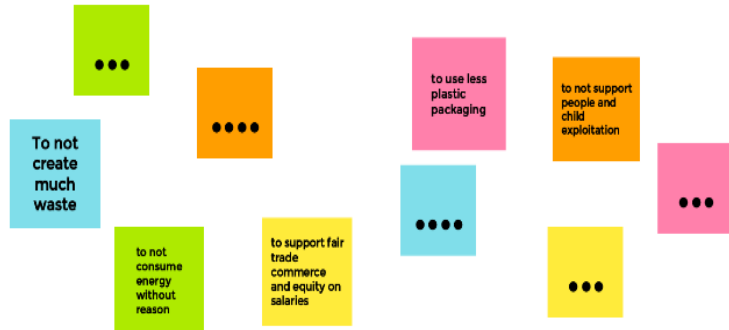
Für diese Aktivität benötigen Sie ein Online-Tool zur Erstellung verschiedener Whiteboards. Wie im vorherigen Abschnitt bereits erwähnt, können Sie viele davon kostenlos nutzen, wenn Sie einen Account erstellen. Die am häufigsten genutzten sind:

- Google Jamboard (Wenn Sie bereits einen Google Account haben, können Sie es bei den anderen Google-Tools wie Gmail, Drive, etc. finden.)
- Miro <https://miro.com/>
- Keyboard <https://www.ryeboard.com/>
- Mural <https://www.mural.co/>

Hier sind einige Beispiele, wie die Whiteboards für diese Aktivität in etwa aussehen könnten:



REASON ON WHY YOU CHOSE THESE TOP 3/5 HABITS

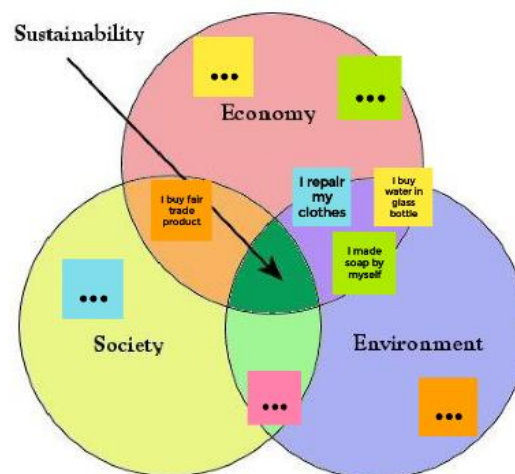


2

REASON ON WHY YOU CHOSE THESE TOP 3/5 HABITS



3



4

ICEBREAKER (vor Einheit 2)

➤ ONLINE

Die Bingokarten sollten wie diese aussehen. Im Workshop-Plan finden Sie den Link, unter dem Sie die bereits vorbereiteten Bingo-Karten finden können (kostenlose Bingokarten können nur über den Link abgerufen werden; wenn der Link also nicht funktioniert, müssen Sie neue erstellen. Dies ist der Link, um Ihre eigenen zu erstellen: <https://myfreebingocards.com/bingo-card-generator>).



EINHEIT 2

DIE MACHT DER BILDER

INDOOR & ONLINE

Für diese Aktivität können Sie alle Links zu den Bildern und Präsentationen in der Anleitung des Workshop-Plans finden. Hier finden Sie einige wichtige Punkte, um die Diskussion und Reflexion der jungen Leute über das Folgende anzuregen:

Bild 1 Es dient dazu, in das Konzept des **Lebenszyklus** einzuführen und zu verdeutlichen, dass jeder Prozess, der mit dem Lebenszyklus einer Jeans oder eines anderen Kleidungsstücks, das wir tragen, zusammenhängt (und dabei Energie und Rohstoffe verbraucht), Auswirkungen auf die Umwelt hat - was die Werbeplakate nicht darstellen. Die erste Umweltauswirkung kann anhand der Emissionen von klimawirksamen Gasen, die zum Treibhauseffekt beitragen, gemessen werden (auf Englisch: Carbon Footprint).

Bild 2 Darüber hinaus ist es wichtig, die Menschen dazu zu bringen, über das Konzept des **Wasser-Fußabdrucks** nachzudenken, d.h. wir sollten uns alle Dinge, die wir kaufen, in der Menge an Wasser vorstellen, die für ihre Herstellung benötigt wurde. Sie können dafür die folgende Seite besuchen: <https://waterfootprint.org/en/water-footprint/product-water-footprint/>

Bild 3 In diesem Fall ist es wichtig, den **Wert der Ware** und den **Wert des Menschen** (verstanden als menschliche Ressource) zu vergleichen, wobei diese Werte in unterentwickelten Ländern, in denen die Menschen, die die Ware produzieren, nicht einmal in der Lage sind, sie zu kaufen, leider oft gleichwertig oder sogar schlechter sind. Es sollte ein Schwerpunkt auf die Verantwortung der Verbraucher*innen gelegt werden, auf das Etikett zu schauen und zu überprüfen, ob die Rechte der Arbeiter*innen im Produktionsland eingehalten werden (soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit).

Bild 4 Im ersten Bild werden die Preise erfasst, die die Teilnehmer*innen dem Gegenstand zuordnen (Originalwert). Das zweite Bild vergleicht die entstandene Preiswolke, den Verkaufspreis des neuen Gegenstandes und den Preis, den man dafür in einem Second-Hand-Laden bezahlen würde. Die Reflexion dreht sich um den **Wert der Dinge** und die Tatsache, dass man auch ein schönes und nachhaltiges gebrauchtes Kleidungsstück finden kann. Mit dieser Anregung sollte das **Verständnis von Nachhaltigkeit = hässlich dekonstruiert werden**. Es gibt viele Orte, an denen Secondhand-Kleidung gekauft werden kann und auch Apps zum Kauf von Secondhand-Kleidung.

Bild 5 Wenn man die Umweltauswirkungen der Vorschläge in Bezug auf neue Kleidung betrachtet, dient diese Reflexion dazu, einerseits die **Schönheit von gebrauchter oder recycelter Kleidung** und andererseits die **geringeren Auswirkungen**, die sie verursacht, zu verdeutlichen. Gebrauchte bzw. recycelte Kleidung hat also nicht nur einen Wert, wie bereits in Vorschlag Nr. 4 hervorgehoben, sondern eine **ethische und nachhaltige Wahl hat auch wichtige Auswirkungen auf die Umwelt**.

> 0 km mit dem Auto gereist

> 0 l Wasser verbraucht

Bild 6 Hier geht es darum, zu verdeutlichen, dass **Nachhaltigkeit Innovation ist**. Das erste Bild stellt eine mit ECONYL hergestellte Jacke dar. Sie können den eingetragenen Namen der Faser erwähnen, müssen aber nicht. Wichtig ist, dass Sie die Adjektive sammeln, die die Teilnehmer*innen äußern werden. Das zweite Bild zeigt den **innovativen Prozess**, den das Unternehmen implementiert hat, um **Objekte zu produzieren, die so ästhetisch sind wie die, die mit Primärfasern hergestellt werden, aber den Mehrwert haben, dass sie zirkulär sind**, d. h. es werden andere Produkte upgecycelt, die sonst entsorgt werden würden: Fischernetze, Polster und andere Abfallprodukte, die hauptsächlich aus Nylon bestehen.

Bild 7 Der Gedanke ist, dass die **durch unsere Gewohnheiten verursachte Verschmutzung für das bloße Auge oft unsichtbar** ist. Aber sie ist dennoch vorhanden und **umso gefährlicher**, weil die Menschen die Auswirkungen nicht sofort sehen und beobachten können. **Mikroplastik ist ein Beispiel** für einen auftretenden Schadstoff. Es ist in den meisten unserer Kleidungsstücke enthalten, und das Abwasser trägt diese Mikroverunreinigungen in die Umwelt.

Bild 8 Dies ist der "Blick hinter die Kulissen" eines maledivischen Resorts.

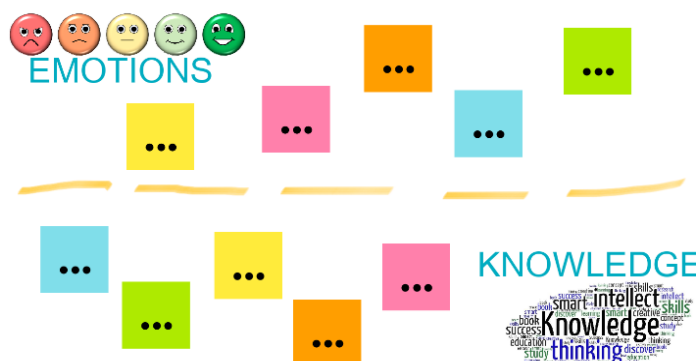
Bild 9 Die Wahl des zweiten Bildes bringt uns zurück zum Konzept der Verschmutzung (insbesondere des Oberflächenwassers), die der Bekleidungssektor an jenen Orten verursacht, an denen produziert wird. Es handelt sich um **Verschmutzungen und Auswirkungen auf die Gesundheit**, die wir nicht als solche wahrnehmen, für die wir aber beginnen müssen, **durch unsere Einkäufe Verantwortung zu übernehmen**. Für weitere Informationen ist der Film 'Riverblue' eine gute Gelegenheit.

Bild 10 Die Reflexion sollte die Jugendlichen dazu bringen, zu verstehen, dass es **für eine effektive Wiederverwendung und Wiederverwertung wichtig ist, Produkte von vornherein so zu gestalten**, dass sie zerlegt, repariert, getrennt usw. werden können.

ABSCHLUSSEINHEIT

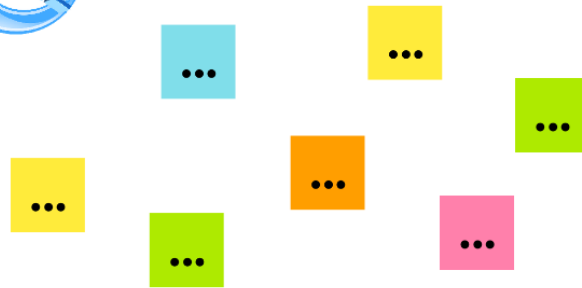
Für diese Einheit können, wie in der Beschreibung der Aktivität erklärt wird, die jugendlichen Teilnehmenden die Selbstassessment-Fragen, die am Anfang dieses Anhangs abgebildet wurden, zur Hand nehmen, um Influencer*innen, ihre Freundinnen und Freunde sowie Verwandte zu befragen.

Für die abschließende Nachbesprechung sind auf den folgenden Bildern einige Beispiele zu finden, wie das Whiteboard aussehen könnte.





WHAT I WANT TO CHANGE???



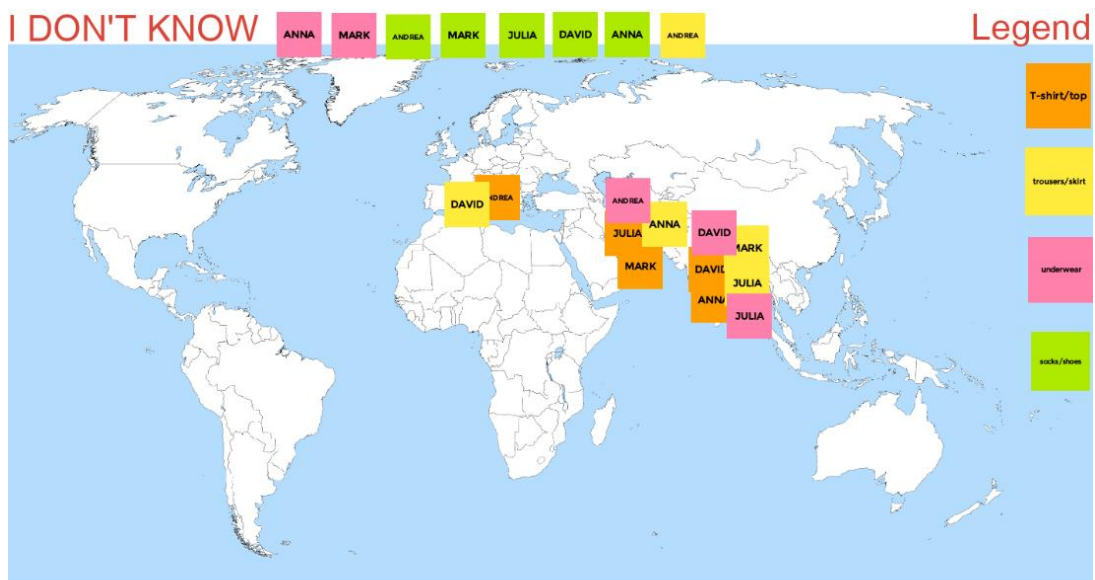
Anhang 2. Materialien für Tag 2

STARTER/ICEBREAKER

ICEBREAKER

➤ **ONLINE**

Für diese Aktivität wird ein Whiteboard mit einer Weltkarte als Hintergrund benötigt, auf der die Teilnehmenden, wie im Workshop-Plan erklärt, Post-its erstellen und befestigen können. Im Folgenden sehen Sie ein Beispiel, wie das Whiteboard aussehen könnte. Es ist wichtig, dort eine Legende einzufügen, um den Zusammenhang zwischen der Stoffart und der Farbe des Post-its sichtbar zu machen.



EINHEIT 2

DER RICHTIGE PREIS

➤ **INDOOR, OUTDOOR & ONLINE**

Hier können Sie die Profile für das Rollenspiel finden:

“VERANTWORTLICH FÜR ‘ALTRO CONSUMATORE’

'Altroconsumatore' ist der nationale Verbraucherverband. Diese Einrichtung hat die Aufgabe, zwischen Herstellern und Verbraucher*innen zu vermitteln und hat eine besondere Achtsamkeit für ethische Fragen in Produktionskreisläufen. Du bist deren Leiter*in und deine Aufgabe für den heutigen Tag ist es, den Diskussionstisch zu moderieren, indem du dir die Wünsche aller Teilnehmenden anhörst und dabei einerseits die Bedürfnisse und Rechte der Verbraucher*innen und andererseits die Dynamik der Produktion im Auge behältst. Deine Aufgabe ist es also, alle zu einer Übereinkunft zu bringen. Dies ist die letzte Chance, auf die dein Projektleiter wartet, um eine Pressemitteilung zu verfassen. Du hast auch die Aufgabe, die Wertänderungen, die von den Teilnehmenden vorgeschlagen werden, in diesem Raster zu notieren.

Denk daran, alle vorzustellen. Du kannst etwas wie das Folgende sagen:

"Guten Morgen an alle,

ich bin XXX von der Nationalen Verbrauchervereinigung. Wir sind heute hier, um eine Einigung über den Wert dieses lässigen, bunten Hemdes aus natürlichen und synthetischen Materialien zu erzielen. Denken Sie daran, dass der Wert gemäß dem europäischen Normen weder unter 10 € noch über 100 € liegen kann. Am Tisch sind heute anwesend, Andrea - Vertreterin der Konsument*innen, Gianluca - Vertreter der Konsument*innen, ...

Die Konsument*innen werden zuerst beginnen. Lassen Sie uns mit der Diskussion beginnen."

Beispiel für den Raster für 'Altroconsumatore'

DER FINALE PREIS, AUF DEN MAN SICH GEEINIGT HAT:					
V= vorgeschlagen G=geändert (Notizen können hinzugefügt werden)					
KONSUMENT*IN A	KONSUMENT*IN B	UNTERNEHMEN A	UNTERNEHMEN B	NGO	

“KONSUMENT A”

Mein Name ist Gianluca, ich lebe in Mailand (teure Stadt) und ich bin 21 Jahre alt. Ich bin sehr sorgsam, wenn es darum geht, wie ich mein Geld ausbebe, aber ich lasse mir das Kaufen von trendigen Outfits für gesellschaftliche Events nicht entgehen. Ich kleide mich gerne modisch und gehe in exklusive Clubs, auch mit Dresscode. Wenn ich mit meinen Freunden unterwegs bin und Spaß habe, dann gebe ich ihnen nie Getränke aus, sondern warte darauf, dass sie mir etwas anbieten. Ich spare Geld für mein Studium im Ausland, da ich gerne einen Abschluss in Medizin in Oxford, UK, machen möchte. Für meine persönlichen Ausgaben habe ich bis zu 150,00 € pro Monat übrig.

“KONSUMENTIN B”

Mein Name ist Andrea, ich bin 19 Jahre alt und ich komme aus Prato (berühmt für die blühenden Textilfabriken). Ich bin in einer Ausbildung in einer Textilfabrik, die T-Shirts und Accessoires herstellt. Ich bin sehr engagiert in der Jugendarbeit und in der Freiwilligenarbeit. Ich lebe von meinem Gehalt und achte auf den ethischen Aspekt der Produkte, die ich kaufe (d.h. ich kaufe Fair-Trade-Artikel, regionale Gemüse/Früchte, etc.). Ich kleide mich gerne modisch und gehe in exklusive Clubs, auch mit Dresscode. Für meine persönlichen Ausgaben (abzüglich Miete und Lebensmittel) habe ich maximal 300,00€ pro Monat übrig.

“UNTERNEHMEN A”

Ich bin der Besitzer/die Besitzerin des italienischen Unternehmens ‘l'uomo in camicia’ (frei nach einer typischen italienischen Redensart).

Fakten zum Unternehmen:

Unternehmen im mittleren bis gehobenen Marktsegment.

800 produzierte Hemden pro Monat.

Der durchschnittliche Preis pro verkauftem Shirt ist 70 € (bedenke, dass dieser Preis während der Diskussion nicht als verbindlicher Wert angesehen werden sollte und es dir überlassen bleibt, ob du ihn als Ausgangspunkt am runden Tisch verwenden willst oder nicht; bedenke jedoch, dass er alle fixen und variablen Kosten sowie deinen gewöhnlichen Gewinn enthält).

Monatlicher Umsatz: **56.000 €**

Mein Unternehmen deklariert diese Werte:

- Lieferung von lokalen Rohstoffen - **Mehrkosten von 10 %** auf den Endpreis des Artikels
- Aufbereitung von verschmutztem Wasser & Emissionen in die Atmosphäre sowie Abfallentsorgung, gemäß den Vorschriften - **2.000/3.000 € pro Jahr**
- 25 Arbeiter*innen, die mit einem regulären Vertrag gemäß dem nationalen CNN-Arbeitsvertrag eingestellt werden (**1.200/1.500 € pro Monat**)
- Einhaltung der Sicherheitsstandards in der Arbeitsumgebung - **ungefährer Aufpreis von 5% auf den Endpreis des Artikels**
- Steuern - **40% des Jahresumsatzes**
- **5.000 Follower**
- Ethik in der Produktion **4 von 5 Sternen**
- Angebot an den Influencer/die Influencerin, **8% des monatlichen Umsatzes**.

“Unternehmen B”

Ich bin der Besitzer/die Besitzerin des italienischen Unternehmens **F&F ‘Fast and Fashion’**.

Fakten zum Unternehmen:

Unternehmen im unteren bis mittleren Marktsegment.

Ich produziere standardisierte Produkte in großen Mengen - **4000 T-Shirts** werden pro Monat produziert.

Der durchschnittliche Preis pro verkauftem Shirt liegt bei 25 € (bedenke, dass dieser Preis während der Diskussion nicht als verbindlicher Wert angesehen werden sollte und es dir überlassen bleibt, ob du ihn als Ausgangspunkt am runden Tisch verwenden willst oder nicht; bedenke jedoch, dass er alle fixen und variablen Kosten sowie deinen gewöhnlichen Gewinn enthält).

Monatlicher Umsatz: **100.000 €**

Während des runden Tisches kannst du alle Argumente verwenden, die du verwenden möchtest, um deine Praktiken zu rechtfertigen (auch mit irreführender Kommunikation - d. h., du entscheidest, ob du einige Fakten geheim halten möchtest oder auch, ob du Informationen dieses Unternehmensprofils verändern möchtest).

Um Kosten zu sparen, habe ich meine Produktion nach Bangladesh ausgelagert, weil::

- Lieferung von Rohstoffen - **Mehrkosten von 2 %** auf den Endpreis des Artikels
- Keine Aufbereitung von verschmutztem Wasser & Emissionen in die Atmosphäre sowie schlechte Abfallentsorgung - **200/300 € pro Jahr**
- 100 Mitarbeiter*innen, die zuvor arbeitslos waren (**200 € pro Monat**); 70% der Arbeitskräfte haben keinen regulären Arbeitsvertrag
- Sicherheitsstandards in der Arbeitsumgebung werden kaum eingehalten - **10 Unfälle in den letzten 6 Monaten**
- Steuern - **5% des Jahresumsatzes**
- **15.000 Follower**
- Ethik in der Produktion **2 von 5 Sternen**
- Angebot an den Influencer/die Influencerin, **8% des monatlichen Umsatzes**.

“INFLUENCER*IN”

Ich bin ein etablierter Influencer/eine etablierte Influencerin im Bereich Produkte für das körperliche Wohlbefinden (insbesondere Nahrungsergänzungsmittel). Ich steige in die Modewelt ein, weil ich gerne Markenbotschafter*in in der Bekleidungsbranche werden möchte.

Mein primäres Ziel ist es, mehr und mehr Follower zu bekommen. Ich muss nach dem heutigen Treffen entscheiden, mit welcher Marke/mit welchem Hersteller ich zusammenarbeiten möchte.

Meine Aufgabe während der Diskussion ist es, so viele Informationen wie möglich über die Unternehmen und die Konsument*innen zu sammeln, um meine Entscheidung treffen zu können.

Wenn du während der Diskussion bereits weißt, mit wem du zusammenarbeiten möchtest, darfst du die Argumente der Unternehmen unterstützen, um mehr Follower zu bekommen (betrachte am besten die Konsument*innen am runden Tisch als potenzielle neue Follower).

Geschäftliche Angelegenheiten:

Beide Unternehmen bieten dir **8 % ihres monatlichen Umsatzes** (du brauchst möglicherweise einen Taschenrechner)

Beispiele für Fragen, die an die **Unternehmen** gestellt werden können:

- Wie viele Follower haben Sie bereits?
- Wie hoch ist Ihr monatlicher Umsatz?
- Wo produzieren Sie Ihre Produkte?

Beispiele für Fragen an die **Konsument*innen**:

- Wie wichtig sind für Sie und Ihre Freunde Influencer*innen?
- Haben Ihre Freunde dieselben Kleidungsgehnheiten wie Sie?
- Wie sehr berücksichtigen Sie den Preis der Kleidungsstücke, wenn Sie Kleidung einkaufen?

“NGO”

Ich bin ein Vertreter/eine Vertreterin der italienischen NGO „In fashion we believe“, die in Entwicklungsländern, insbesondere in Südostasien, tätig ist. Vor ein paar Wochen haben wir eine neue soziale Kampagne #wear(e)ableforchange gestartet, um junge Menschen auf das kritische Thema der Auslagerung der Produktion in ökologischer (und sozialer) Hinsicht für lokale Gemeinschaften aufmerksam zu machen. Der neueste Bericht über „nachhaltige Mode“ prangert gravierende Zustände an:

- **Ausbeutung unterbezahlter Arbeitskräfte (40% der untersuchten Stichprobe verdienen nicht genug Geld, um ihre Grundbedürfnisse zu befriedigen)**
- Fehlen von persönlicher Schutzausrüstung und Sicherheitsmaßnahmen (**durchschnittlich gab es 10 Unfälle in den letzten 6 Monaten** in jedem Unternehmen in Südostasien)
- Ungleiches Verhältnis zwischen Arbeits- und Ruhezeiten (durchschnittlich **12 Arbeitsstunden pro Tag**)
- Fehlen von regulären Arbeitsverträgen (**70% der Arbeitskräfte haben keinen Vertrag**)
- **Schwerwiegende Umweltschäden** – vor allem an den Oberflächenwasserressourcen (=Hauptversorgung der lokalen Bevölkerung) und Anhäufung von immer mehr Sondermüll: 2 von 3 Unternehmen betreiben keine Behandlung von verschmutztem Wasser & Emissionen in die Atmosphäre.

“BEOBACHTER*IN”

Ich bin ein externer Beobachter/eine externe Beobachterin. Meine Aufgabe ist es, die Diskussion zu beobachten und bestimmte Dinge, die während der Diskussion am runden Tisch auftreten, zu notieren bzw. aufzuzeichnen.

Wenn du diese Aufgabe allein übernimmst, dann nimm zumindest die ersten Elemente der folgenden Liste in deine Beobachtung auf. Wenn es mehrere Beobachter*innen in diesem Spiel gibt, schlagen wir vor, die folgenden Elemente aufzuteilen.

1 – Wer führt die Diskussion? Wie sind die Machtverhältnisse zwischen den verschiedenen Akteuren (Konsumentin – Konsument, Konsument*innen – Hersteller, Hersteller – Hersteller, Hersteller – Influencer*in, Konsument*in – Influencer*in, etc.)?

2- Auf welche Argumente haben sich die Akteure in Bezug auf die Umwelt sowie soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit am meisten konzentriert?

3- Was sind die Hauptargumente, die von den verschiedenen Akteuren ins Spiel gebracht wurden, um den Wert bzw. den Preis des Hemdes zu rechtfertigen, den sie während der Diskussion vorschlagen? Sind sie für dich nachvollziehbar?

4- Haben die Akteure während der Diskussion ihre Position/Ideen geändert? Wie? Warum? Wann?

5- Hast du emotionale Aspekte bemerkt, die von den Akteuren zum Ausdruck gebracht wurden, um andere Akteure dazu zu bringen, ihre Ideen zu unterstützen?

Du kannst für dich ein Notizbuch/ein Blatt Papier vorbereiten, das die verschiedenen Bereiche, die zu beobachten sind, sowie einen leeren Bereich zum Notieren von Inhalten, die deine Aufmerksamkeit und Neugierde geweckt haben, enthält.

Beispiel für eine Vorlage für den Beobachter/die Beobachterin:

ELEMENTE, DIE BEOBACHTET WERDEN SOLLTEN					
1-...					
2-...					
3-...					
KONSUMENT*IN A	KONSUMENTIN B	UNTERNEHMEN A	UNTERNEHMEN B	NGO	INFLUENCER*IN

--	--	--	--	--	--

Im Folgenden können Sie interessante Hinweise für die Durchführung dieser Aktivität finden. Diese können auch als Input verwendet werden, wenn die Spieler*innen in der Anfangsphase um Hilfe bitten, wenn sie ihr Profil und die Rolle, die sie spielen werden, sehen:

1. INFORMATION / TRANSPARENZ

Im Spiel werden die Konsument*innen die Möglichkeit haben, die Produzent*innen direkt zu konfrontieren, indem sie (in welchem Umfang und zu welchen Aspekten wird vom Spiel abhängen) Aspekte der Produktion hinterfragen und sich Informationen beschaffen. Die Diskussion kann zu einer Reflexion darüber führen, ob in der realen Welt solche Möglichkeiten der Konfrontation möglich sind oder ob der Fast-Fashion-Markt (wie auch andere Branchen) dazu verleitet „mit einem Klick“ zu kaufen, wobei es an Transparenz und Bewusstsein mangelt.

2. NACHHALTIGKEIT 1

Bei der Festlegung des Wertes des Kleidungsstücks werden die Akteure ihre Positionen mit Aspekten der Nachhaltigkeit (wirtschaftlich, sozial und/oder ökologisch) argumentieren. Die Diskussion kann diese Aspekte (Aufgaben, die den Beobachter*innen zugewiesen wurden) deutlich machen, indem sie mit denen verglichen werden, die Fast Fashion und Slow Fashion bei der Werbung für ihre Produkte auf dem realen Markt verwenden.

3. NACHHALTIGKEIT 2

Die Diskussion wird sich hauptsächlich auf einige Aspekte der Nachhaltigkeit konzentrieren. Die Diskussion könnte aufzeigen, welche Aspekte von den Akteuren NICHT berührt wurden und wie diese den Ausgang des Spiels hätten verändern können.

4. PREIS/WERT

Sind die von Einzelhändlern verwendeten Preisstrategien für Kleidung (die wir oft als vorteilhaft empfinden) in der Lage, alle Wertüberlegungen, die während des Spiels auftauchen, zu berücksichtigen? Die Wirtschaftstheorie schlägt Gewinnspannen vor, d. h. multiplikative Faktoren, die auf den Einkaufspreis des Bekleidungslieferanten anzuwenden sind. Aber was würde sich ändern, wenn man die so genannten externen Umweltauswirkungen der Produktion (z.B. Umweltverschmutzung und gerechte Entlohnung) einbezieht, indem man die Gewinnspannen reduziert?

5. EMOTIONEN

Die Teilnehmenden könnten aufgefordert werden, in die Rolle eines Charakters zu schlüpfen, der weit von ihrer eigenen Persönlichkeit entfernt ist; wir gehen vielmehr von Emotionen und spielerischen Gefühlen aus, um kritische Themen und Komplexitäten des Produktionssystems aufzuzeigen, die dem/den Verbraucher*innen oft nicht bewusst sind.

6. VEREINFACHUNG EINER KOMPLEXEN REALITÄT

Das Spiel ist natürlich eine Vereinfachung einer viel komplexeren und ausgeprägteren Realität; sehr häufig im Kaufvorgang. Der/Die Verbraucher*in unterschätzt einerseits seine/ihre Macht, bestimmte Produkte/Dienstleistungen zu bevorzugen, und andererseits ist er/sie sich nicht vollständig bewusst, wie sehr er/sie durch externe Faktoren (Werbung, Gesellschaft) im selben Handlungsvorgang konditioniert wird. Das Bemühen, in diese Komplexität einzutauchen, ist notwendig, um ihre Bedenklichkeit zu verstehen und um den Wandel voranzutreiben.

7. EINSATZ

Jeder Akteur möchte seinen Wert durchsetzen, daher könnte die Arbeit der Beratung und der während dieses Prozesses erzielten Kompromisse mühsam und frustrierend sein. Man könnte über die Tendenz nachdenken, sich mit Werten zu begnügen, die von anderen (Influencer*innen, großen Marken) entschieden werden, ohne sich "die Mühe" zu machen, diese Wahrheiten zu hinterfragen und sich stattdessen darauf zu konzentrieren, was man tatsächlich braucht, um glücklich zu sein.

8. DIE DUNKLE SEITE DER PRODUKTION

Wie groß war die Bereitschaft der Konsumenten*innen, den ursprünglichen Preis zu ändern, nachdem sie die Forderungen der Produzenten*innen, ihre Schwierigkeiten und die Auswirkungen der Produktion auf die Umwelt und die Gesellschaft gehört hatten?

9. DELOKALISIERUNG

Es wäre sinnvoll, in der Diskussion die Unterschiede zwischen der Wahl des lokalen Produzenten, der auf verschiedene Aspekte der Nachhaltigkeit achtet, und der Wahl derjenigen, die ihren Standort verlagert haben, aufzuzeigen. Haben die aktuellen (wirtschaftlichen) Vorteile auf lange Sicht Konsequenzen in anderen Bereichen?

ENDEINHEIT

ÜBERRASCHUNGSSACKERL...

➤ FÜR INDOOR, OUTDOOR & ONLINE

Was das VR-Viewer-Headset betrifft, haben wir uns von Google Cardboard inspirieren lassen (Google Cardboard ist eine Handelsmarke von Google LLC). Zur Vorbereitung dieser Aktivität können Sie auf jeden Fall die folgenden Optionen verwenden:

- 1- Sie können ein VR-Headset in Online-Shops kaufen. Sie können das vollständige Set von verschiedenen Marken über die Google Cardboard-Website, Amazon, Aliexpress und andere Online-Shops finden. Manchmal können Sie auch Angebote dazu finden.
- 2- Sie können es selbst bauen, mit einfachen und leicht erhältlichen Materialien, indem Sie den Anweisungen auf der Google Cardboard- Website folgen. Dort finden Sie alle Anleitungen zum Bau des VR-Headsets, technische Spezifikationen und sogar die Möglichkeit, die Google Cardboard App herunterzuladen, die verschiedene interessante Videos zu verschiedenen Themen enthält (siehe unten).
- 3- Sie können der Anleitung für einen Standard-VR-Viewer folgen, die Sie im Internet finden, z.B. in einigen Online-Tutorials, auf Youtube oder in einem Lehrer-/Didaktik-Blog, wie dem Folgenden:
<https://www.questacon.edu.au/sites/default/files/resources/teacher-resources/file/VR%20Headset%20Short%20Activity.pdf>

>>> WICHTIG: einer der wichtigsten Teile des Headsets sind die Linsen. Bei den meisten VR-Headsets benötigen Sie Linsen mit einer Fokusslänge von 45mm Durchmesser (ab etwa 34mm oder 25mm). Wo auch immer Sie sich entscheiden, diese zu kaufen, denken Sie daran, dass es online auch bis zu einem Monat für die Lieferung dauern kann. Sie können auch Online-Anleitungen auf einigen Blogs und in Tutorials finden, um die Linsen mit Teilen von Plastikflaschen zu bauen. Diese Lösung erläutern wir hier nicht, da sie von unserem Team noch nicht getestet wurde. Denken Sie abschließend daran, für ein angenehmeres Erlebnis auch das Gummiband für den Kopf bereitzustellen.

Wenn Sie also Option 2 oder 3 wählen, benötigen Sie im Allgemeinen das folgende Material:

- Headset-Vorlagen hier

https://arvr.google.com/intl/it_it/cardboard/manufacturers/ (Google Cardboard Website direkter Link)

<https://drive.google.com/file/d/0B1LtQQO3eKRfV0E1SjZHa3V6ME0/view> (andere Websitevorlage)

- ausreichend Pappe/Karton/Pizzakarton zum Bau des/der VR-Viewer(s)
- Bikonvexlinsen, mit dem richtigen Durchmesser und einer Fokusslänge von 45mm (für Google Cardboard benötigen Sie Linsen mit einem Durchmesser von 35mm), Sie können diese in Online-Shops finden
- Gummiband zur Befestigung des Viewers am Kopf
- Schere oder Bastelmesser (X-Acto Messer)
- Klebepistole oder Klebstoff, je nachdem, welches Headset Sie bauen möchten

- Doppelseitiges, selbstklebendes Klettband, 5 Stück ca. 2,5cm*5cm, 2 Stück ca. 2,5cm*2,5cm, mit Laschen zum einfachen Anbringen für jedes Headset

Wie Sie vorgehen:

1. Laden Sie die Headset-Vorlage herunter und drucken Sie diese aus
2. Kleben Sie die Schablone auf Ihren Karton / Ihre Schachteln
3. Schneiden Sie die Schablone aus (ein Bastelmesser (X-Acto Messer) kann diesen Schritt erleichtern)
4. Magnete (für einige VR Cardboard-Arten)
5. Setzen Sie das Linsenpaar in den Augenschlitz des zusammengebauten VR-Headsets. Sie können die Schlitz des Kartongehäuses nutzen, um es fest auf dem VR-Headset zu platzieren; montieren Sie die Teile entsprechend den Angaben auf der Schablone. In diesem Online-Tutorial <https://www.youtube.com/watch?v=-KqJAUIG5M8> finden Sie, wie Sie Google Cardboard zusammenbauen, aber Sie können auch andere Tutorials finden, um andere Arten von VR-Headsets zu basteln.
6. Jetzt ist Ihr VR-Headset bereit, Sie können die Videos auswählen und das Mobiltelefon an der richtigen Stelle platzieren.

Hier finden Sie Links zu den interessantesten Videos, um die Teilnehmenden zum Nachdenken anzuregen und sich an der Schönheit der Natur zu erfreuen, an ihrer einzigartigen Art zu leben und zu überleben, einer Natur, die nur wenige junge Menschen kennen oder genießen, oder die vielleicht zu weit entfernt ist, um sie zu erreichen und zu erleben:

- <https://www.youtube.com/watch?v=B66lqt0K2IO>
- <https://www.youtube.com/watch?v=f3tWEoCNXoU>
- <https://youtu.be/nl-1ELMlk4k>
- <https://www.youtube.com/watch?v=z9aFsla5ztY>
- <https://www.youtube.com/watch?v=H9gkTUDoKQk>
- <https://youtu.be/KitDU5QqHXs>
- <https://www.youtube.com/watch?v=v64KOxKVLVg>

Hier sind Links zu den aussagekräftigsten Videos, um die Teilnehmenden zum Nachdenken über verschiedene Probleme im Zusammenhang mit Fast Fashion und der Bekleidungsindustrie anzuregen, etwas, das die meiste Zeit versteckt und unsichtbar ist, wiederum weil es weit weg zu sein scheint, aber nicht in Bezug auf die Auswirkungen:

- https://www.youtube.com/watch?v=Ko_BZhlp11Q

- https://www.youtube.com/watch?v=Gzori_hZxrc
- <https://www.youtube.com/watch?v=VqNrHmUdHtQ>
- <https://www.youtube.com/watch?v=BfYj1Ti4vmc>
- <https://www.youtube.com/watch?v=4JTmMyScKBc>

Einige weitere interessante Videos über Umweltverschmutzung und wunderschöne Umgebungen in VR finden Sie auch in der Google Cardboard VR-App (unter diesem Link <https://goo.gl/BiqhHq>).

Sie können die Links auf einem Zettel, der in der Überraschungstüte enthalten ist, direkt per Nachricht oder Mail bereitstellen, oder Sie können sogar eine Sammlung von Videos erstellen, die in einem Cloud-Speicher zur Verfügung stehen und für die Sie einfach und kostenlos online einen QR-Code erstellen können.

Folgend finden Sie Links zu Apps zum Kreieren von QR-Codes:

- 1) https://play.google.com/store/apps/details?id=qrcodereader.barcodescanner.scan.qrscanner&hl=en_US&gl=US
- 2) <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gamma.scan&hl=en&gl=US>

Das sind Links, um QR-Codes online zu generieren:

<https://www.unitag.io/qrcode>

<https://www.qrstuff.com/>

<http://goqr.me/>

Falls ein VR-Erlebnis nicht möglich ist, empfehlen wir auch die folgenden Doku-Videos:

- [The true cost](#)
- [River blue](#)
- <https://youtu.be/xlANT4rNI8c>
- <https://www.youtube.com/watch?v=T3p2cfmr64w>
- https://www.youtube.com/watch?v=BFtSTQZy_NQ

HINWEIS: Denken Sie daran, das in der Abschlusssitzung von Tag 1 angegebene Material für die abschließende Nachbesprechung/Evaluierung zu verwenden.

Anhang 3. Materialien für Tag 3

EINHEIT 1

/////shh....art attack

➤ **ONLINE**

Hier einige interessante Webseiten für die Erstellung eines Online-Glücksrades, das bereits gemacht wurde oder das noch selbst erstellt werden kann:

<https://wheeldecide.com/>

<https://tools-unite.com/tools/random-picker-wheel>

EINHEIT 2

Wie man...Veränderung anzieht!

➤ **INDOOR, OUTDOOR & ONLINE**

Hier finden Sie die Vorlage für die Projektideenentwicklung. Darüber hinaus können Sie in allen Umgebungen, insbesondere im Innen- und Außenbereich (mit mindestens einem Endgerät pro Gruppe), die Teilnehmenden dazu einladen, eine Art Werbeprodukt zu entwickeln, indem Sie <https://www.canva.com/> verwenden, ein einfaches und kostenloses (für den Basisgebrauch) Tool zum Erstellen von Grafiken für Flyer, Postkarten, Produkt- oder Dienstleistungspräsentationen, etc.

TITEL

BESCHREIBUNG (DER IDEE/DES OBJEKTS/DES PRODUKTS/DER AKTION; ZIEL UND NUTZEN)

NUTZER*INNEN

BENÖTIGTES MATERIAL

ARBEITSSCHRITT FÜR DIE KONSTRUKTION / REALISIERUNG

**WIE WÜRDST DU BEI DEINEN FREUND*INNEN UND KOLLEG*INNEN DAFÜR WERBEN?
WELCHE STRATEGIE(N) WÜRDST DU ANWENDEN?**

>wenn du Hilfe benötigst, frage den/die Workshopleiter*in

> wenn du willst, kannst du einen Entwurf eines Prototyps auf Papier oder in einem speziellen Tool online (wie www.canva.com oder andere) oder offline zeichnen

➤ ONLINE

Vor der Entwicklung der Projektidee ist ein Brainstorming vorgesehen, bei dem die Jugendlichen verschiedene Ideen für alternative Aktionen entwickeln. Im Online-Setting wird diese Phase über ein Whiteboard umgesetzt; hier ist ein Beispiel, wie dieses aussehen könnte.

IDEAS FOR ACTIONS



LOCAL PARTNER

Jonathan Cooperativa Sociale

Via Cavalieri di Vittorio Veneto n. 29/A,
Piazzola sul Brenta

35016 – Padova (Italy)



www.jonathancoop.com



@Jonathan Cooperativa



@jonathan_cooperativa

WEAR(E)ABLE

BEST DRESSED SUSTAINABLY



www.weareable-fashion.eu



WeareableBestDressedSustainably



we_areable



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben. Projektnummer: 2019-3-AT02-KA205-002603



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

