

Fast Fashion - Fluch oder Segen?



Sie sind beauftragt worden, bei der bald anstehenden Diskussionsdebatte mit der Parallelklasse, eine Rede zu halten. Die Debatte wird sich um das Thema „Fast Fashion“ drehen und Sie sind dazu angehalten, in Ihrer Rede Position für oder gegen „Fast Fashion“ zu beziehen. Um Ihre Mitschüler:innen von Ihrem Standpunkt zu überzeugen, müssen Sie Ihren Standpunkt gut argumentieren können. Da die Reden anschließend veröffentlicht werden sollen, sind Sie dazu aufgefordert worden, die Rede **digital** in einem Word Dokument zu verfassen.

Nutzen Sie zum Finden Ihrer Argumente die Ihnen zur Verfügung gestellten Materialien M1-M4.

[1]

Vorbereitung

- ① **Markieren** Sie Schlagworte für die Erstellung einer eigenen Concept Map (M1-M4).
- ② **Notieren** Sie die zuvor markierten Schlagworte und **verknüpfen** Sie Beziehungen gemäß dem Prinzip einer Concept Map.
- ③  **Vergleichen** Sie Ihre Concept Map mit Ihrem Sitznachbarn oder Ihrer Sitznachbarin und tauschen Sie sich darüber aus, wieso Sie die entsprechenden Punkte ausgewählt haben.



Hilfreiche Tipps zur Wiederauffrischung der Erstellung einer Concept Map finden Sie hier:



[2]

Ideenfindung

- ④ **Verfassen** Sie eine auf der Concept Map basierende Ideenliste mit Haupt- und Stützargumenten, welche Sie für Ihre Rede verwenden könnten.
- ⑤ **Nummerieren** Sie ihre Argumente entsprechend der Reihenfolge, in der Sie diese in Ihrer Rede anordnen möchten.



Hauptargument: Der wichtigste Grund für Ihre Meinung.

Stützargument: Unterstützt das Hauptargument mit Beispielen oder Belegen.
→ Stützargumente machen das Hauptargument stärker und überzeugender.



Hinweis:

Lesen Sie sich auch die Kriterien einer guten Rede durch, wenn Sie die Reihenfolge Ihrer Argumente festlegen. Eine Hilfestellung hierzu finden Sie auf Seite 4.

Schreibprozess

- ⑥ **Verfassen** Sie einen ersten Abschnitt für Ihre Rede in einem Word Dokument und orientieren Sie sich beim Schreiben an Ihrer Ideenliste sowie der von Ihnen festgelegten Reihenfolge Ihrer Argumente.
- ⑦  Tun Sie sich mit Ihrem Sitznachbarn zusammen, lesen Sie sich gegenseitig Ihre bisherige Rede vor.
- ⑧  Geben Sie ein kurzes Zwischenfeedback. Zur Orientierung hierfür können Sie den beigefügten Erwartungshorizont nutzen.
- ⑨ **Formulieren** Sie den Hauptteil Ihrer Rede, beachten Sie dabei das vorher erhaltene Feedback.

Formulierungshilfen für eine gelungene Rede

Einleitung:

- „Haben Sie sich jemals gefragt, warum...?“
- „Kaum ein Thema wird so kontrovers diskutiert wie...“
- „In der heutigen Gesellschaft spielt [Thema] eine immer wichtigere Rolle.“
- „Stellen Sie sich vor, wir könnten...“
- „Das Thema meiner Rede lautet...“

These formulieren:

- „Ich vertrete die Position, dass...“
- „Meiner Meinung nach ist es von großer Bedeutung, dass...“
- „Ich bin überzeugt, dass...“
- „Im Folgenden werde ich darlegen, warum...“

Argumente einleiten:

- „Ein wichtiges Argument, das meine Position unterstützt, ist...“
- „Zunächst möchte ich auf den Punkt eingehen, dass...“
- „Ein weiterer Aspekt, der nicht außer Acht gelassen werden darf, ist...“
- „Besonders deutlich wird dies, wenn man bedenkt, dass...“
- „Ein überzeugendes Beispiel hierfür ist...“

Beispiele und Belege anführen:

- „Dies lässt sich an folgendem Fall verdeutlichen:...“
- „Ein praktisches Beispiel dafür ist...“
- „Daten und Fakten belegen, dass...“

Gegenargumente vorstellen und entkräften:

- „Natürlich könnte man einwenden, dass...“
- „Ein häufig vorgebrachtes Gegenargument ist, dass...“
- „Doch bei genauerem Hinsehen wird deutlich, dass...“
- „Dieses Argument lässt sich jedoch leicht widerlegen, denn...“
- „Zwar mag es stimmen, dass..., jedoch...“

Den Schluss formulieren:

- „Zusammenfassend lässt sich sagen, dass...“
- „Ich hoffe, dass ich Sie davon überzeugen konnte, dass...“
- „Abschließend möchte ich betonen, dass...“
- „Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, dass...“

Appell oder Ausblick am Ende der Rede:

- „Deshalb rufe ich Sie dazu auf, ...“
- „Nun liegt es an uns, zu handeln und...“
- „Stellen Sie sich vor, wie unsere Zukunft aussehen könnte, wenn...“
- „Lassen Sie uns gemeinsam den ersten Schritt machen!“
- „Ich bin sicher, dass wir gemeinsam viel erreichen können, wenn...“

Überarbeiten und Finalisieren

- ⑩ Lesen Sie Ihre fertige Rede und **ergänzen** Sie gelungene Übergänge zwischen den einzelnen Absätzen. Achten Sie auch auf Variation hinsichtlich Wortwahl und Satzlänge.
- ⑪  Präsentieren Sie Ihrem Sitznachbarn oder Ihrer Sitznachbarin Ihre Rede.
- ⑫  Geben Sie sich gegenseitig ein abschließendes Feedback.
- ⑬ Nehmen Sie, falls notwendig, Änderungen an Ihrer Rede entsprechend dem erhaltenen Feedback vor.

 **Hinweis:**

Nutzen Sie zum Überarbeiten und Ihr Feedback den beigefügten Erwartungshorizont und die Checkliste zum Schreiben einer guten Rede.

Checkliste zum Schreiben einer guten Rede

1. Vorbereitung

- Ist das Thema klar und relevant? Wurde ein Ziel definiert (z. B. informieren, überzeugen, unterhalten)?
- Wurde die Zielgruppe berücksichtigt (z. B. Altersgruppe, Interessen, Wissensstand)?
- Sind ausreichend Informationen und Beispiele durch Recherche gesammelt worden?

2. Aufbau der Rede

- Beginnt die Rede mit einem interessanten Einstieg (z. B. Zitat, Frage, Anekdote), um das Publikum direkt anzusprechen?
- Ist der Hauptteil logisch aufgebaut und in sinnvolle Abschnitte gegliedert?
- Endet die Rede mit einem starken Abschluss (z. B. einer Botschaft, einem Appell oder einem motivierenden Gedanken)?

3. Sprache und Stil

- Sind die Sätze klar, einfach und verständlich formuliert?
- Passt der Stil der Rede zur Zielgruppe und zum Anlass?
- Wurden rhetorische Mittel wie Fragen, Vergleiche oder Beispiele eingesetzt, um die Rede lebendiger zu gestalten?

4. Inhalt

- Werden die Kernaussagen klar hervorgehoben?
- Unterstützen konkrete Beispiele, Statistiken oder Geschichten die Argumente der Rede?
- Ist ein roter Faden erkennbar, der die einzelnen Abschnitte miteinander verbindet?

5. Persönlicher Bezug

- Wird die persönliche Haltung oder Begeisterung für das Thema erkennbar?
- Werden die Zuhörerinnen und Zuhörer aktiv angesprochen, um sie einzubeziehen (z. B. „Stellen Sie sich vor...“)?
- Werden Emotionen gezielt genutzt, um das Publikum zu erreichen?

6. Abschlussprüfung

- Ist die Rede zeitlich angemessen, weder zu lang noch zu kurz?
- Lässt sich die Rede flüssig vortragen? (Tipp: Lautes Vorlesen hilft, dies zu überprüfen.)
- Wurde die Rede auf Rechtschreibung, Grammatik und Verständlichkeit geprüft?

[4]

**Hilfestellung: Kriterien für eine gute Rede****1. Klarer Aufbau**

- Die Rede hat eine klare Gliederung: Einleitung, Hauptteil und Schluss.
- In der Einleitung wird das Thema vorgestellt und Interesse geweckt.
- Der Hauptteil enthält die Argumente.
- Im Schluss wird das Wichtigste zusammengefasst und ggf. ein Ausblick oder Appell gegeben.
- Ein roter Faden ist erkennbar – alles ist logisch aufgebaut.

2. Starke Argumente

- Die Rede enthält nachvollziehbare und gut begründete Hauptargumente.
- Diese werden mit passenden Stützargumenten (z. B. Beispielen oder Belegen) unterstützt.
- Die Argumente sind verständlich formuliert und passen zum Thema.

3. Überlegte Reihenfolge der Argumente

- Die Argumente sind sinnvoll geordnet.
- Man beginnt mit einem guten Argument und steigert sich zum stärksten Argument am Schluss.
→ Diese Reihenfolge wirkt überzeugend (sogenannte „Steigerung“ oder „Überzeugungskurve“).

4. Zielgruppen-gerechte Sprache

- Sprache, Beispiele und Inhalt sind auf das Publikum abgestimmt.
- Die Wortwahl ist klar und verständlich, ohne unnötig schwierige Begriffe.
- Fremdwörter werden vermieden oder erklärt.

5. Überzeugende Sprache

- Die Rede nutzt sprachliche Mittel wie rhetorische Fragen, Vergleiche, Wiederholungen oder Gegensätze.
- Die Zuhörenden werden persönlich angesprochen, z. B. mit „ihr“ oder durch direkte Fragen.

6. Freier und sicherer Vortrag

- Die Rede wird möglichst frei gehalten, nicht nur abgelesen.
- Der Redner bzw. die Rednerin spricht deutlich, mit passender Lautstärke und guter Betonung.
- Es wird Blickkontakt gehalten, und das Sprechtempo ist angemessen.

7. Engagierter Eindruck

- Man merkt, dass der Redner bzw. die Rednerin hinter dem Gesagten steht.
- Gestik und Mimik unterstützen den Inhalt.
- Die Haltung wirkt überzeugt und überzeugend.

[5]

Materialiensammlung M1 -M4

M1

Fast Fashion versus grüne Mode

Was ist Fast Fashion?

Ein Shirt für vier Euro, die Hose für zehn – billig produziert für den kurzfristigen Gebrauch und schon bald durch andere Fashion-Trends ersetzt: das ist Fast Fashion. Die Bilder der Modenschauen in New York, London, Mailand oder Paris gehen blitzschnell um die Welt. Fast zeitgleich werden die vermeintlichen Must-Haves dann online angeboten oder hängen etwas später in den Schaufenstern der großen Ketten. In immer kürzeren Abständen wechseln die Kollektionen – insbesondere Online-Händler wie Shein oder Temu befeuern diesen Trend.

Mit unglaublichen 6000 bis 9000, manchmal sogar 11000 neuen Artikeln pro Tag auf der Webseite und in den Social-Media-Kanälen drängt der große Online-Textilhändler SHEIN auf den Markt. Und stachelt so den Durchlauf in den Kleiderschränken weltweit an. Shein und Temu schicken täglich Tausende Kleidungsstücke per Flugzeug nach Europa und in die USA. [Jede zweite Luftfracht aus China ist voll mit Kleidung.](#)

Die Fast-Fashion-Discounter und Supermärkte liefern sich seit Jahren Preiskämpfe – und bringen massenhaft minderwertige Billigware auf den Markt. Nach kurzer Zeit, meist nicht mal nur einer Saison, werden die Stücke aussortiert: nicht nur wegen des nicht mehr angesagten Stils, sondern auch, weil die Hose beult, das Shirt Löcher und der Schuh keine Sohle mehr hat. Ein Party-Top wird im Schnitt sogar nur 1,7-mal getragen, bevor es entsorgt wird.

Was passiert mit den Textilien, die wir entsorgen?

Drei Viertel der aussortierten Textilien landen auf Deponien, werden verbrannt oder verschmutzen durch illegale Entsorgung die Natur: weltweit jede Sekunde eine LKW-Ladung voll – so die Schätzung. Nur ein geringer Prozentsatz wird recycelt: Weniger als 1 Prozent ihrer Textilien stellt die Bekleidungsindustrie aus recycelten Fasern her.

In Europa wandert ausrangierte Kleidung oft in Altkleidersammlungen. Nur ein Bruchteil davon wird jedoch in Europa selbst genutzt. Das meiste wird als Second Hand-Ware exportiert, vor allem in afrikanische Länder wie Ghana oder Kenia. Auch Winterkleidung. Logischerweise findet diese dort keine Abnehmer:innen, ebenso wenig minderwertige, löchrige Ware – die meist aus synthetischen Fasern, also Plas-

tik, besteht. In Ghana etwa ist nur die Hälfte der importierten Textilien für den lokalen Markt nutzbar. Jede Woche treffen dort rund 100 Containerladungen mit tonnenweise Altkleidern aus Europa, Asien und Nordamerika ein – mit hochgerechnet 15 Millionen Artikeln. So exportieren wir unseren Plastik-Textilmüll nach Afrika. In Ermangelung von ausreichender Müll-Infrastruktur enden die Klamottenberge auf offenen illegalen Mülldeponien mitten in der Natur oder in Flüssen, um von dort aus in die Meere gespült zu werden. Eine [Greenpeace-Recherche zeigt das gigantische Ausmaß.](#)

Warum ist Fast Fashion ein Umweltproblem?

Die Modeindustrie ist [auf dem Weg zu giftfreier Produktion weit vorangekommen](#) – auch wenn noch nicht alles perfekt ist. Allerdings besteht die Gefahr, dass die weltweit wachsende Produktion und der steigende Konsum von Kleidung diesen Erfolg zu nichte machen. Rund 100 Milliarden Kleidungsstücke wurden im Jahr 2014 produziert, 2030 sollen es bereits über 200 Milliarden sein – diese unfassbaren Massen verursachen Probleme für Mensch und Umwelt.

Arbeitsbedingungen: Der Einsturz der Textilfabrik von Rana Plaza in Bangladesch am 24. April 2013, bei dem mindestens 1132 Beschäftigte – hauptsächlich junge Frauen – ums Leben kamen, ist die größte Katastrophe der modernen Textilindustrie. Dennoch hat sich für die [Fabrikarbeiter:innen bis heute kaum etwas verbessert.](#) [...]

Ressourcenverbrauch: In der EU ist der private Konsum von Textilien der viertgrößte Verursacher von Umweltproblemen. Fast 85 Prozent dieser Schäden entstehen außerhalb der EU. Das beginnt bereits beim Anbau: Baumwolle wird meist unter enormem Einsatz von Wasser – und auch Dünger sowie Pestiziden – angebaut. Die eingesetzten Chemikalien verschmutzen Gewässer und schaden der Artenvielfalt. Der größte Anteil unserer Kleidung besteht jedoch aus synthetischen Fasern, also aus Plastik aus Öl – und treibt somit die Klimakrise und Plastikvermüllung unseres Planeten weiter voran. Textilfabriken verbrauchen beim Spinnen von Fasern und zur Herstellung von Stoffen nochmals große Mengen Energie, Chemikalien und auch Wasser.

Chemikalien: Die Textilindustrie verwendet bis zu 3500 verschiedene Chemikalien, 10 Prozent davon sind gesundheitsschädlich, 5 Prozent gefährlich für die Umwelt.

Klima: Die Produktion von Textilien verursacht bis zu 11 Prozent der globalen Treibhausgasemissionen.

greenpeace.de

Plastik: Das rasante Wachstum von Fast Fashion wäre ohne Kunstfasern, wie zum Beispiel Polyester, nicht möglich: Sie sind billig und einfach zu produzieren – und werden aus Erdöl hergestellt. Über 70 Prozent der Textilien bestehen aus synthetischen Fasern und somit Plastik – oft noch versetzt mit umwelt- und gesundheitsschädlichen Chemikalien. Synthetische Mikrofasern, zum Beispiel von Fleece-Kleidung, lösen sich in der Waschmaschine und landen in Flüssen und Meeren. Mit einer einzigen 6-Kilogramm-Waschladung von Synthetikstoffen können bis zu 700.000 Mikrofasern in die Umwelt gelangen. Schon

[6]

jetzt stammen über 35 Prozent des Mikroplastiks in unseren Meeren aus Textilien.

Textilmüll: Aussortierte, kaputte Kleidung ist häufig nichts anderes als Plastikmüll. Wie jeder Plastikmüll verrotten auch Plastik-Textilien nicht, die wir vor allem nach Afrika exportieren und die dort die Müllkapazitäten sprengen. Textil-Müllberge auf Deponien sind die Folge. Um die Menge in den Griff zu bekommen, werden sie auch unter freiem Himmel verbrannt – und setzen so Schadstoffe frei. Oder sie landen in den Flüssen, schwimmen mit der Strömung ins Meer und werden dort zu Mikroplastik zerrieben.[...]

greenpeace.de

M2



Illustration by Alexandre Magnin - Sustainabilityillustrated.com

[7]

M3

Ein höherer Mindestlohn ist nicht alles

Auch wenn seit 2014 der Mindestlohn für kambodschanische Arbeiter*innen in Bekleidungs- und Schuhfabriken jährlich gestiegen ist, haben diese Erhöhungen zu keinem Existenz sichernden Lohn für die Arbeiterschaft geführt. Ferner berichten Arbeiter*innen, dass seit den Mindestlohnerhöhungen auch die Produktionsziele in den Fabriken angestiegen sind – oft kombiniert mit dem Rückgang der Anzahl an Arbeiter*innen pro Auftrag, wodurch keine effektive Lohnerhöhung für die Arbeiter*innen stattgefunden hat und bis dato nicht stattfindet. Dies betrifft insbesondere so bezeichnete *piece-rate-worker*. Das sind Arbeiter*innen, die pro angefertigtes Kleidungsstück bezahlt werden und nicht auf Basis eines Stundenlohns arbeiten. Die Erhöhung der Produktionsziele ist auch eng verknüpft mit dem regelmäßigen Ausüben von Gewalt in Zulieferfabriken, die unter anderem die weltweit größten Bekleidungs- und Schuhmarken beliefern.

Höherer Mindestlohn und noch höhere Produktionsziele

Im Dezember 2018 führte die Organisation *Central* eine Studie über die Auswirkungen der Anstiege des Mindestlohns auf die Produktionsziele in kambodschanischen Bekleidungs- und Schuhfabriken durch. Im Rahmen der Studie wurden Fabriken untersucht, die unter anderem Bekleidung und Schuhe für Marken wie C&A, Gap, H&M, Levi Strauss, Uniqlo und Walmart produzieren. Alle befragten Arbeiter*innen berichteten, dass die Anstiege des Mindestlohns über die letzten Jahre Einfluss auf ihre Produktionsziele gehabt hätten: entweder auf die Anzahl der zu produzierenden Kleidungsstücke oder auf die Veränderungen von Disziplinarmaßnahmen, wenn Arbei-

ter*innen diese Anzahl nicht erreichen. So erzählten Arbeiter*innen, die in einer Fabrik Kleidung für H&M, Gap und Levi Strauss produzieren, dass 2012 eine Produktionslinie mit 105 Arbeiter*innen 1500 Hosen pro Tag als Produktionsziel gesetzt bekommen hätten. 2018 waren es jedoch nur noch 55 Arbeiter*innen in einer Produktionslinie, die 2300 Hosen pro Tag produzieren sollten.

Demnach sind nicht nur die Produktionsziele dramatisch gestiegen, sondern die Anzahl an Arbeiter*innen pro Produktionslinie ist zeitgleich stark gesunken. Das Ergebnis ist, dass kambodschanische Arbeiter*innen in Bekleidungs- und Schuhfabriken überhaupt gar keine effektive Lohnerhöhung erfahren haben, sondern eher einen Anstieg ihres Arbeitspensums. So hielten zum Beispiel *piece-rate-worker* eines Zulieferers von C&A fest, dass mit dem Anstieg des Mindestlohns die Kalkulation des Stücklohns sich offiziell nicht verändert habe. Doch nachdem der Mindestlohn im Jahr 2017 von 153 US-Dollar auf 170 US-Dollar im Jahr 2018 angehoben wurde, wurde einfach die Stückzahl von anzufertigenden 70 T-Shirts auf 80 T-Shirts pro Stunde angehoben. Auch wenn *piece-rate-worker* theoretisch einen Mindestlohn „garantiert“ bekommen, selbst wenn sie nicht das Produktionsziel erreichen (Artikel 7 des Gesetzes zum Mindestlohn 2018), zeigt sich in der Praxis eine andere Wahrheit. Arbeiter*innen müssen mit Kündigung rechnen, wenn sie wiederholt das Produktionsziel nicht erreichen.

Wettbewerbsfähig bleiben im Zeitalter von *fast-fashion*

Der Anstieg der Produktionsziele wird maßgeblich durch zwei Faktoren bestimmt: durch individuelle Geschäftsentscheidungen der Fabrikbesitzer*innen, ausgerichtet

auf Maximierung des Profits, sowie durch Einkaufspraktiken der Markenunternehmen. Mit einer derartigen Anzahl an Bekleidungs- und Schuhfabriken, nicht nur in Kambodscha ([laut Webseite](#) sind 584 Fabriken bei der *Garment Manufacturers' Association of Cambodia* (GMAC) registriert, nicht berechnet sind die unregistrierten Fabriken, von denen der Großteil Zulieferer sind), sondern weltweit, stehen die direkten Arbeitgeber unter großem Druck, Aufträge von Unternehmen zu erhalten. In manchen Fällen versuchen sie sich zu unterbieten, um sich so die Aufträge zu sichern, was zu einer Erhöhung der Produktionsziele führt. Hinzu verkürzen die Unternehmen zunehmend die Durchlaufzeiten in Fabriken, um die Nachfrage an *fast fashion* zu decken. Während früher zum Beispiel eine Fabrik den Auftrag in einem Monat fertig stellen musste, muss sie es heute innerhalb von zwei Wochen tun.

Diese Praktiken von Arbeitgebern und Unternehmen sind verwerflich, wenn man sich anschaut, wie viel Geld kambodschanische Arbeiter*innen verdienen im Vergleich zu dem Profit, den die Arbeitgeber erzielen sowie auch im Vergleich zu den Preisen, zu denen die Unternehmen die Kleidungsstücke und Schuhe verkaufen. Die Studie von *Central* im Dezember 2018 hat herausgefunden, dass Arbeiter*innen in jenen Fabriken durchschnittlich 197, 92 US-Dollar im Monat ausgezahlt bekommen. Das macht ungefähr 95 US-Cent pro Stunde (Überstunden und Boni für das Erreichen des Produktionsziels sind hier nicht mitberechnet). Im Vergleich dazu verdienen manche operierenden Fabriken in Kambodscha mehr als eine Millionen US-Dollar Netto am Tag ([Pou Chen Co-operation 2018](#)), während Unternehmen wie H&M und C&A T-Shirts und Hosen zu einem Preis verkaufen, der ungefähr 30 Mal

höher ist als der Stundenlohn der Arbeiter*innen. Die Gewinnmarge dieser Unternehmen ist einfach astronomisch hoch. Allein in den ersten neun Monaten des Jahres 2018 hat H&M über eine Milliarden US-Dollar Profit verbuchen können ([H&M 9-Monatsbericht 2018](#)).

Doch trotz der enormen Gewinnmarge, wird kambodschanischen Arbeiter*innen immer noch kein existenzsicherer Lohn gezahlt – es folgten nur leere Versprechungen mancher Unternehmen, die einen solchen Lohn im Jahr 2018 bezahlen wollten ([Labour behind the Table. 2018](#))

Gewalt und Einschüchterungen

Eins der besorgniserregendsten Ergebnisse der Studie war außerdem, dass Produktionsziele Ursache für Gewalt in den Fabriken sind. 2018 forschte *Central*, im Kontext einer regionalen Studie mit Ländern wie Bangladesch, Indien, Indonesien und Sri Lanka, zu Fällen von geschlechtsspezifischer Gewalt in Zulieferfabriken von Gap, H&M und Walmart [...]. Die Forschungsergebnisse zeigten, dass verbreitete Auftreten von Gewalt in jenen Fabriken, insbesondere in Formen von physischer und verbaler Gewalt.

Zum Beispiel berichteten Frauen in einem H&M-Zuliefererbetrieb in Phnom Penh, dass sie vom Management der Fabrik angeschrien und beschimpft werden, wenn sie das Produktionsziel nicht erreichen oder Fehler bei der Arbeit machen. Arbeiter*innen in einem

GAP Zulieferbetrieb erzählten von körperlicher Gewalt in Form von Schlägen und Kniffen oder von Kleidungsbündeln, die von Manager*innen auf sie geschmissen worden. Jene Kleidungsbündel wiegen zwischen zwei bis vier Kilo, sodass sie schwer genug sind, um Verletzungen zuzuführen, jedoch keine bleibenden sichtbaren Schäden hinterlassen. Eine Arbeiterin eines H&M, Gap und Levi Strauss'-Zulieferbetriebs erzählte:

„Chinesische Manager*innen zwingen kambodschanischen Teamleiter*innen, die Arbeiter*innen anzuschreien, damit sie schneller arbeiten. Wir werden als dumm und faul bezeichnet. Manchmal schlagen sie auch Arbeiter*innen.“

Neben diesen Fällen von physischer und verbaler Gewalt, fand die Studie weiter heraus, dass die Abhängigkeit, der Arbeiter*innen durch die illegale Nutzung von Kurzzeitverträgen ausgesetzt sind, von den Arbeitgebern ausgenutzt wird, um sie zu zwingen, härter zu arbeiten und das Produktionsziel zu erreichen. Ein Beispiel hierfür sind die erzwungenen Überstunden. Während Überstunden rechtlich gesehen freiwillig sind, wurde aus dem gleichen oben genannten Zulieferbetrieb folgendes berichtet:

„Arbeiter*innen werden gezwungen, Überstunden zu machen, wenn die Vorgabe hoch ist. Wenn sie das nicht tun, wird ihnen damit gedroht ihre Verträge zu kündigen. Wenn Arbeiter*innen nach Frei-

stellung fragen, wird ihnen auch mit Kündigung gedroht.“

In der *Central*-Studie von Dezember 2018 zeigten Arbeiter*innen letztlich auf, wie gefährdet ihre Arbeitsplätze sind, wenn es um die Produktionsziele geht. Arbeiter*innen aus dem Zulieferbetrieb von Uniqlo und Walmart berichteten auch, dass Beschäftigte, die das Produktionsziel nicht erreichen, zur Befragung ins Büro des Vorgesetzten gerufen werden.

Wenn die Arbeiter*innen drei Mal das Produktionsziel nicht erreichen würden, würden sie ins Verwaltungsbüro vorgeladen und dem Verwaltungspersonal vorgeführt werden. Dieses würde dann entscheiden, ob der Arbeiterin oder dem Arbeiter gekündigt wird oder nicht. Hierzu sagten auch Arbeiter*innen aus einem H&M-Zulieferbetrieb aus, dass, wenn sie einen Fehler machen würden oder das Produktionsziel nicht erreichen könnten, sie verwarnet werden würden. Nach der dritten Verwarnung würden auch sie gekündigt werden.

Durch diese Gewalt und Einschüchterungen wird die Art und Weise deutlich, wie Manager*innen die Verwundbarkeit kambodschanischer Arbeiter*innen in Bekleidungs- und Schuhfabriken ausnutzen, um sie mittels Androhung von Kündigung und/oder offener Gewalt zu zwingen härter zu arbeiten, um wiederum die kontinuierlich steigenden Produktionsziele zu erreichen zum Zweck der höheren Gewinnmarge.

südostasien.net

M4



[9]

Name:

Datum:

Erwartungshorizont

Kategorie	Anforderung	😊	😐	😞	
Inhaltlich	Die Rede zeigt eine klare Position zum Thema Fast Fashion.				
	Es gibt mehrere verschiedene Argumente, welche überzeugend und gut begründet sind.				
	Die verwendeten Materialien werden sinnvoll integriert und unterstützen die Argumentation.				
	Es gibt eine klare Gliederung mit Einleitung, Hauptteil und Schluss.				
Sprachlich	Der Schluss enthält einen prägnanten Appell oder eine klare Botschaft.				
	Die Sprache ist klar, präzise und adressatengerecht (z. B. passend für eine Rede).				
	Der Wortschatz ist abwechslungsreich und themenbezogen.				
	Die Rede enthält rhetorische Mittel (z. B. rhetorische Fragen, Wiederholungen, Metaphern).				
	Die grammatikalische und orthografische Richtigkeit ist gewährleistet.				
	Der Redefluss wirkt natürlich und authentisch.				
	Strukturell	Die Gliederung der Rede ist logisch und leicht nachvollziehbar.			
		Übergänge zwischen den Abschnitten sind fließend und unterstützen die Argumentation.			
Wichtige Argumente und Ideen werden klar hervorgehoben.					
Kreativität		Die Rede enthält originelle Ansätze oder Beispiele, die das Thema lebendig machen.			
	Die Ansprache ist ansprechend und fesselt die Zuhörer.				
Gesamteindruck	Die Rede wirkt überzeugend und ist ihrer Funktion als Rede angemessen.				
	Der Appell am Ende regt zum Nachdenken oder Handeln an.				

Lizenzverzeichnis

- [1] Bild „Rede halten“ gemeinfrei, KI-generiert (ChatGPT, 25.02.2025)
[2] Video „[Lesen: Concept Map als Lese- Lern- und Schreibtechnik](#)“ von [Die Sendung mit der Studierwerkstatt](#), lizenziert unter [CC-BY-SA 4.0](#)
[3] Text „Formulierungshilfen für eine gelungene Rede“ gemeinfrei, KI-generiert (ChatGPT, 19.01.2025)
[4] Text „Checkliste zum Schreiben einer guten Rede“ gemeinfrei, KI-generiert (ChatGPT, 19.01.2025)
[5] Text „Hilfestellung: Kriterien für eine gute Rede“ gemeinfrei, KI-generiert (ChatGPT, 13.04.2025)
[6] Text „[Fast Fashion versus grüne Mode](#)“ von [Greenpeace e.V.](#), lizenziert unter [CC BY-SA 4.0](#)
[7] Grafik „[Who made your clothes?](#)“ von [Alex Magnin](#) wurde veröffentlicht auf [Sustainability Illustrated](#), lizenziert unter [CC BY-SA 4.0](#)
[8] Text „[Ein höherer Mindestlohn ist nicht alles](#)“ von [Patrick Lee](#) wurde veröffentlicht auf [südostasien | Zeitschrift für Politik • Kultur • Dialog](#), lizenziert unter [CC BY-SA 4.0](#)
[9] Bild „Fast Fashion“ gemeinfrei, KI-generiert (ChatGPT, 19.01.2025)

Endlizenzierung



Weiternutzung als OER ausdrücklich erlaubt: Dieses Werk und dessen Inhalte sind - sofern nicht anders angegeben - lizenziert unter [CC BY-SA 4.0](#). Nennung gemäß [TULLU-Regel](#) bitte wie folgt: „*Unterrichtsmaterial "Fast Fashion - gut oder schlecht?"* von Alina Bremer, Lizenz: [CC BY-SA 4.0](#).

Der Lizenzvertrag ist hier abrufbar: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>