



Verbraucherzentrale

Fast Fashion & faire Smartphonennutzung

Bildung für nachhaltige Entwicklung mit der
Verbraucherzentrale - Vorstellung der Unterrichtsmaterialien

23.03.2026

Ablauf

1. Über uns
2. Bildungsmaterialien - Wo sind sie zu finden?
3. Nachhaltige Smartphone-Nutzung
4. Fast Fashion
5. Ergänzendes Material
6. Zeit für Fragen
7. Feedback



Über uns

Über uns

- Die Verbraucherzentrale ist ein gemeinnütziger Verein
- anbieterunabhängig und überparteilich
- Information
- Beratung
- Bildung
- Interessensvertretung von Verbraucherinnen und Verbrauchern



Unsere Themen

- Recht, Verträge und Reklamation
- Geld und Versicherungen
- Digitale Welt
- Lebensmittel und Ernährung
- Umwelt, Haushalt und Nachhaltigkeit
- Gesundheit und Pflege
- Energie
- Reise und Mobilität

Die Verbraucherzentralen

- Rund 200 Beratungsstellen
- Rund 2.000 Mitarbeitende
- Dachverband:
Verbraucherzentrale
Bundesverband (vzbv) →
bündelt die Expertise von 16
Verbraucherzentralen und
mehr als 30
verbraucherpolitischen
Verbänden



Highcharts.com © Natural Earth



Bildungsmaterialien- Wo sind sie zu finden?

Bildungsangebote & Materialien im Internet

- Im Bereich Bildung auf der Homepage der **Verbraucherzentrale.de** finden Sie eine Übersicht und die Möglichkeit, sich die Angebote nach Themen sortiert anzeigen zu lassen. Wenn Sie das jeweilige Thema gewählt haben, werden sie zu einer Suchmaske weitergeleitet, in der Sie nach Zielgruppe, Format und Bundesland filtern können. Unter der Suchmaske werden Ihnen alle verfügbaren Angebote angezeigt.
- Sie können dort weiter unten auch gezielt nach den Angeboten in Ihrem Bundesland schauen. Die Gestaltung der Bildungsbereiche der einzelnen Bundesländer ist individuell gestaltet.
- [Bildungsangebote der Verbraucherzentrale](#)

Bildungsangebote der Verbraucherzentralen

Inhaltsverzeichnis



Teilen

Unsere Bildungsangebote nach Thema

Durchsuchen Sie unsere Bildungsangebote nach Thema:

Geld & Versicherungen



Digitale Welt



Lebensmittel



Umwelt & Haushalt



Gesundheit & Pflege



Energie



Verträge & Reklamation



Bildungsangebote der Verbraucherzentralen

- Geld & Versicherung
- Digitale Welt
- Verträge & Reklamation
- Umwelt & Haushalt
- Gesundheit & Pflege
- Lebensmittel
- Energie

Bildungsangebote der Verbraucherzentrale NRW zum Thema Geld & Versicherungen

Bildungsangebote Geld & Versicherungen

Suche einschränken auf:

Zielgruppe

- Alle -



Format

- Alle -



Bundesland

Nordrhein-Westfalen



Azubi-Akademie: Finanzkompetenz für Auszubildende

Buchen Sie unseren Workshop in Nordrhein-Westfalen für Ihre Auszubildenden im Unternehmen und wählen Sie u.a. aus den Themenfeldern Schuldenprävention, Versicherungen, erste eigene Wohnung oder Altersvorsorge aus, um den verantwortungsvollen Umgang mit dem (ersten) Gehalt zu fördern. [mehr →](#)

Bargeldloser Zahlungsverkehr (Selbstlernangebot)

Dieses digitale Selbstlernangebot für Schülerinnen und Schüler ab der Jahrgangsstufen 8 behandelt die unterschiedlichen Formen und Einsatzmöglichkeiten wie Überweisung oder Lastschrift. [mehr →](#)

Bildungsmaterialien für Integration, DaZ und Grundbildung

Bildungsangebote für Integration, DaZ und Grundbildung

Unsere Angebote richten sich an Lehrkräfte und Multiplikator:innen, die in den Bereichen Integration, DaZ und Grundbildung tätig sind. Nutzen Sie die vielfältigen Materialien und Übungen und unterstützen den Erwerb von grundlegenden Sprach- und Alltagskompetenzen in den Bereichen Finanz- und Verbraucherbildung.

[Inhaltsverzeichnis](#)



 [Teilen](#)



Materialkompass

- Rechercheinstrument
- Bewertungsportal
- unabhängige Qualitätsprüfung von Unterrichtsmaterialien zu den Themen der Verbraucherbildung durch Experten
- wissenschaftlich evaluiertes Bewertungsraster
- gegen ungewollte Einflussnahme von Unternehmen, Verbänden und Organisationen

Qualitätsgeprüftes Unterrichtsmaterial



twerkstatt, Adobe Stock

Qualitätsgeprüftes Unterrichtsmaterial

Finden Sie das passende Unterrichtsmaterial für Ihren T
Der Materialkompass garantiert eine unabhängige
Qualitätsprüfung von Unterrichtsmaterialien zu den T
Verbraucherbildung.

Materialkompass: Unterrichtsmaterialien suchen und finden

Von Expert:innen geprüfte und bewertete Materialien aus den Bereichen digitale Bildung, finanzielle Bildung, Bildung für nachhaltige Entwicklung und Ernährungsbildung.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband hat mit dem Materialkompass ein Instrument der Qualitätskontrolle für Unterrichtsmaterial geschaffen. Schulbücher unterliegen einer Qualitätskontrolle, doch heute wird ein Großteil der Unterrichtsmaterialien im Internet veröffentlicht - ohne eine unabhängige Prüfung und fachliche Bewertung vorab. Das öffnet Tür und Tor für Werbung und Einflussnahme, die in der Schule nichts zu suchen haben. Daher beauftragen wir **Professor:innen, Wissenschaftler:innen und Pädagog:innen aus der Ernährungs-, Finanz-, Medien- und Nachhaltigkeitsbildung** mit fachlichen Gutachten zu Unterrichtsmaterialien. Alle Gutachten basieren auf einem **wissenschaftlich evaluierten Bewertungsraster**. Damit Lehrende eine informierte Entscheidung für Lehrmaterial treffen können.

[Mehr über unser Bewertungsverfahren](#)



Verbraucherzentrale

Nachhaltige Smartphone- Nutzung



Bildungsbausteine

- Alle Bildungsbausteine finden Sie auf der Landingpage.
- SmartMemo – Dein Smartphone kann Nachhaltigkeit!
- Medien, Marken, Money – Werbestrategien verstehen und selbst entscheiden
- WeltFAIRteilungsspiel – Dem Wert des Smartphones auf der Spur
- Einmal um die Welt – Präsentation



Foto: lazzarini / pixelot.com

SmartMemo - Dein Smartphone kann Nachhaltigkeit!

Laden Sie unser Unterrichtsmaterial für die Zielgruppe Sek I, II und junge Erwachsene herunter, in dem Schüler:innen spielerisch Ideen entwickeln, ihre Smartphones nachhaltiger zu nutzen!

Mehr dazu



Foto: Andrea Pizzanardi / pixelot.com

Medien, Marken, Money - Werbestrategien verstehen und selbst entscheiden

Laden Sie unser Unterrichtsmaterial für die Zielgruppe Sek I, II und junge Erwachsene herunter, in dem Schüler:innen den Einfluss von Werbestrategien auf ihre Kaufentscheidungen selbst testen können!

Mehr dazu



Foto: lana jennison / pixelot.com

WeltFAIRteilungsspiel – dem Wert des Smartphones auf der Spur

Laden Sie unser Unterrichtsmaterial für die Zielgruppe Sek I, II und junge Erwachsene herunter, in dem Schüler:innen den Produktionsweg eines Smartphones mit ihrem eigenen Konsumverhalten in Verbindung setzen!

Mehr dazu



Foto: Freepic

Einmal um die Welt - Präsentation

Nutzen Sie diese Präsentation für Ihren Unterricht zum Thema Smartphones und Nachhaltigkeit!

Mehr dazu

Ergänzendes Material

- Ebenfalls auf der Landingpage gibt es Material zum ergänzenden Einsatz.
- Nachhaltig digital unterwegs
- Neues Smartphone fällig? – Kaufentscheidung
- Gewährleistung und Garantie – Rollenspiel
- Wertebörse
- Wer hat`s gesagt?



Foto: Lara Jansson / pixabay.com

WeltFAIRteilungsspiel – dem Wert des Smartphones auf der Spur

Laden Sie unser Unterrichtsmaterial für die Zielgruppe Sek I, II und junge Erwachsene herunter, in dem Schüler:innen den Produktionsweg eines Smartphones mit ihrem eigenen Konsumverhalten in Verbindung setzen!

Mehr dazu



Foto: Freepik

Einmal um die Welt - Präsentation

Nutzen Sie diese Präsentation für Ihren Unterricht zum Thema Smartphones und Nachhaltigkeit!

Mehr dazu

Zusätzliches Material zum ergänzenden Einsatz

Material "Nachhaltig digital unterwegs"

Wie können wir das Smartphone nutzen, um nachhaltiger zu leben? Mit Hilfe unseres Materials recherchieren Lernende Apps, die im den Alltag dabei unterstützen können.



Material "Neues Smartphone fällig?" - Kaufentscheidung

Unser Arbeitsblatt "Neues Smartphone fällig?" unterstützt Lernende dabei, realistisch einzuschätzen, welche technische Ausstattung für ihr Nutzungsverhalten sinnvoll ist.



Material Gewährleistung und Garantie (Rollenspiel)

Gewährleistung und Garantie – was ist eigentlich der Unterschied? Mit Hilfe eines Rollenspiels lernen Jugendliche, aktiv ihre Rechte durchzusetzen.



Material Wertebörse

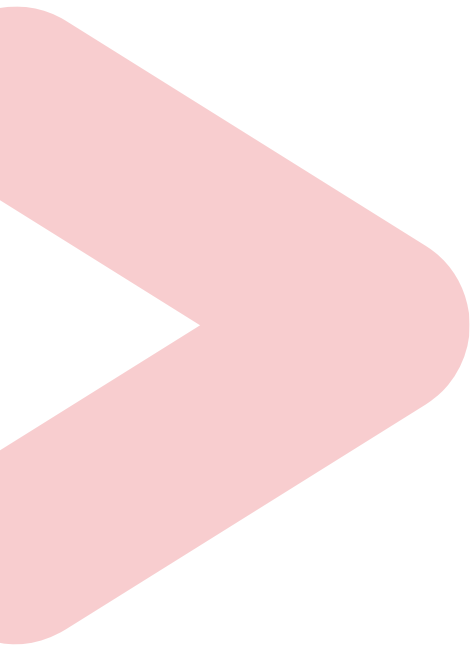
Mit den Begrüßkarten unserer Wertebörse können Lernende die Rolle des Smartphones in ihrem Leben reflektieren.



Material "Wer hat's gesagt?"

Neu kaufen oder reparieren? Was spricht wofür? Welche Argumente gibt es? Unser Material "Wer hat's gesagt?" hilft bei der Einordnung.





SmartMemo

Konzept des Unterrichtsmaterials

- Zielgruppe: junge Menschen von 16 bis 22 Jahren
- Fächerbezug: fächerübergreifend (z.B. Wirtschaft/Politik, Verbraucherbildung, Erdkunde)
- Thema: Smartphone, Nachhaltigkeit, Konsumententscheidungen
- Zielsetzung: Die Lernenden definieren konkrete Maßnahmen, um ihr Smartphone nachhaltiger zu nutzen und planen gemeinsam eine kleinere oder größere Aktion
- Material: Memo-Spiel, differenzierte Arbeitsblätter
- Zeitlicher Umfang: ca. 90 Minuten zzgl. Erarbeitung und Umsetzung der gewählten Maßnahme
- Erschienen: 2025

Lernziele

- **Die Lernenden...**
- benennen verschiedene auf den Karten abgebildete Möglichkeiten, ihr Smartphone nachhaltig zu nutzen.
- reflektieren ihr eigenes Nutzungsverhalten.
- diskutieren die individuellen Vor- und Nachteile der aufgezeigten Optionen.
- planen Aktionen über das Unterrichtsgeschehen hinaus, um das Gelernte anzuwenden und anderen Menschen mitzuteilen.

Beschreibung

- Das SmartMemo soll die Teilnehmenden mithilfe von Wort-Bild-Paaren dazu anregen, Handlungsoptionen aufzugreifen, konkrete Maßnahmen oder Aktionen zu entwickeln, um ihr Smartphone nachhaltiger zu nutzen und damit dem Gefühl eigener Ohnmacht entgegenwirken.
- Mit vielen Aspekten, die im SmartMemo angesprochen werden, sind die meisten Schülerinnen und Schüler bereits in Berührung gekommen. Das Spiel kann daher dazu dienen, grundsätzlich in das Thema „Bewusster und nachhaltiger Konsum“ einzusteigen, indem es Diskussionsanlässe bietet.
- Es kann auch der Einstieg in eine Planung von konkreten Aktionen sein. Durch den unmittelbaren Lebensweltbezug dient es der Festigung des vorher Gelernten.

Das Material enthält

- Ablaufplan (exemplarisch)
- Beschreibung des Materials
- Hinweise zur Umsetzung
- Arbeitsblätter
- Downloads (Druckdateien für die Karten)

4. Exemplarischer Ablaufplan

Zeitan- gabe	Phase (ggf. mit Sozial- form)	Inhalt (ggf. mit Me- thode)	Lernziele Die Lernenden...	Materialien
Teil 1		SmartMemo		
5 Min.	Einstieg (Plenum)	Das Thema und den weiteren Ablauf vor- stellen (Vortrag)	... ordnen den Inhalt thematisch ein.	keine
30 Min.	Erarbeitung (Gruppenarbeit)	Spielen des SmartMemo	... benennen Möglich- keiten, ihr Smart- phone länger zu nut- zen.	SmartMemo, Arbeitsblatt „Spielanleitung“
Teil 2		Eine Aktion planen		
10 Min.	Überleitung (Einzelarbeit, Gruppenarbeit)	Handlungsoptionen identifizieren	... reflektieren ihr eige- nes Handeln im Kon- text der Vorschläge.	SmartMemo (als Wort- Bild-Buffer), Arbeitsblatt „Fragen zu den Memo-Karten“
15 Min.	Erarbeitung I (Gruppenarbeit)	Handlungsoptionen auswählen und vor- stellen (Vortrag)	... entwickeln Ideen für mögliche Aktionen.	SmartMemo Arbeits- blatt „Auf dem Weg zu einer Aktion“
20 Min.	Erarbeitung II (Gruppenarbeit)	Eine Aktion nimmt Gestalt an, Meilen- steinplanung ken- nenlernen	... erarbeiten gemein- sam die notwendigen Schritte zur Durchfüh- rung einer Aktion.	Vorlage Plakat; Ar- beitsblätter „Vorha- ben und Ziele“, „Res- ourcen“, „So funk- tioniert ein Zeitplan mit Aufgaben und Meilen- steinen“
10 Min.	Umsetzung I (Gruppenarbeit)	Aktion planen	... gestalten gemein- sam einen Plan für das weitere Vorgehen.	Arbeitsblatt Zeitplan und Meilensteine

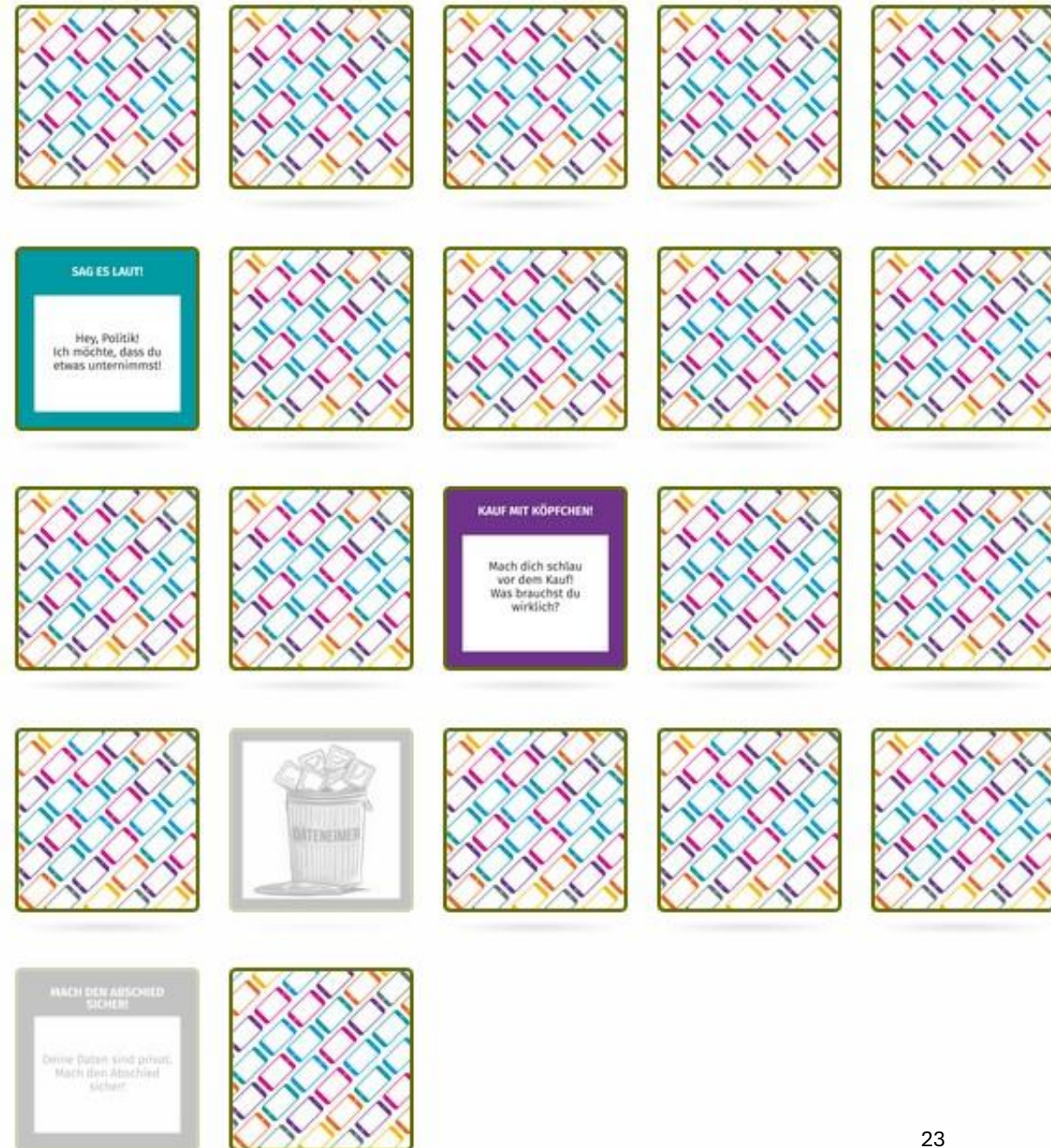
28 Paare – 7 Kategorien

- Behandle es gut! (gelb)
- Nimm es in die Hand! (orange)
- Sag es laut! (türkis)
- Ein zweites Leben für dein Smartphone! (blau)
- Mach den Abschied sicher! (pink)
- Kauf mit Köpfchen! (lila)
- Stimmt's? (grau)



Probieren Sie SmartMemo selbst aus

- Kurze Version:
- <https://vz-nrw-b2.h5p.com/content/1292584807477780037>
- Lange Version:
- <https://vz-nrw-b2.h5p.com/content/1292482217332858187>



Memo-Varianten

- klassisch mit verdeckten Karten
- mit offenen Wort-Karten (es werden nur die Bildkarten wieder verdeckt)
- Bewegungs-Memo (alle Spielenden bekommen eine Karte und müssen die Partnerkarte finden)
- Memo-Wettbewerb (ein Spiel pro Gruppe)

Eine Aktion planen

- Handlungsoptionen auswählen
- Wort-Bild-Buffer
- Arbeitsblatt: Fragen zu den Memo-Karten (Stillarbeit)
- Die Gruppe entscheidet und präsentiert Vorschläge der Klasse
- Meilensteinplanung

Die Aktion nimmt Gestalt an: Vorhaben und Ziele festlegen

Notiere, was ihr vorhabt und was ihr mit eurer Aktion erreichen möchtet.

Wie ist der (Arbeits-)Titel der Aktion?

Was ist unser Ziel? Was möchten wir mit der Aktion erreichen?

Wer ist unsere Zielgruppe? Wen möchten wir erreichen?

Wie möchten wir das machen?

Wie möchten wir über unsere Aktion berichten?



Medien, Marken, Money

Konzept des Unterrichtsmaterials

- Zielgruppe: junge Menschen von 16 bis 22 Jahren
- Fächerbezug: fächerübergreifend (z.B. Wirtschaft/Politik, Verbraucherbildung, Erdkunde)
- Thema: Allgemeiner und nachhaltiger Konsum, Smartphone, Werbung, Kaufentscheidungen, Konsumkompetenz, Werbestrategien
- Zielsetzung: Die Lernenden reflektieren den Einfluss von Werbung auf ihr Kaufverhalten am Beispiel von Smartphones.
- Material: Arbeitsblätter, Vorlagen, selbst zusammengestellte Marken-Logos
- Zeitlicher Umfang: ca. 90 Minuten
- Erschienen: 2025

Beschreibung

- Im Baustein "Medien, Marken, Money – Werbestrategien verstehen und selbst entscheiden" erfahren die Lernenden beispielhaft, wie Werbestrategien Einfluss nehmen, und reflektieren die Auswirkungen auf ihre Auswahl eines Smartphones.

Im Zentrum stehen folgende **Strategien**:

- **Preisvergleiche/Referenzpreise/Tendenz zur Mitte**: Die Platzierung neben hoch- und niedrigpreisigen Produkten verleitet Verbraucher:innen dazu, mehr Geld auszugeben, als bedarfsgerecht wäre.
- **Branding**: Die Entwicklung einer eigenen Markenidentität, die Alleinstellungsmerkmale aufweist, bewirkt eine lange Kundenbindung.

Lernziele

- **Die Teilnehmenden...**
- beziehen die Auswirkungen des Preisvergleichens und der instinkthaften Tendenz zur Mitte auf ihre Auswahl des Handys.
- erklären die Auswirkungen von Branding auf das Kaufverhalten.
- benennen die Einflüsse von Werbestrategien auf ihr Konsumverhalten.
- reflektieren ihre Kaufentscheidungen.
- erarbeiten Handlungsoptionen, um sich vor Manipulation durch Werbung zu schützen.

Das Material enthält

- Ablaufplan (exemplarisch)
- Beschreibung des Materials
- Hinweise zur Umsetzung
- Arbeitsblätter
- Downloads

4. Exemplarischer Ablaufplan

Zeit- angabe	Phase (ggf. mit Sozial- form)	Inhalt (ggf. mit Methode)	Lernziele Die Lernenden...	Materialien
10 Min.	Hinfüh- rung (Einzel- arbeit)	Wahl eines Smartphones	... benennen eigene Krite- rien für die Wahl des Smartphones.	Arbeitsblatt „Mein Handy – meine Entscheidung“
10 Min.	Einstieg (Plenum)	Entstehung von Kaufent- scheidungen (Unterrichts- gespräch oder Bewegen im Raum)	... beschreiben Erfahrun- gen mit eigenen Kaufent- scheidungen.	keine
15 Min.	Erarbei- tung I (Ein- zelarbeit/ Plenum)	Werbestrategie Preisver- gleiche / Tendenz zur Mitte (Experiment, Unterrichts- gespräch)	... übertragen die Erkennt- nisse auf Alltagserfahrun- gen.	Arbeitsblatt „Entscheide dich für ein Smartphone“ (Gruppe A und B Vergleiche)
20 Min.	Erarbei- tung II (Plenum/ Gruppen- arbeit)	Werbestrategie Branding (Bewegung im Raum, Un- terrichtagespräch, Mind- map)	... analysieren ihre Alltagser- fahrungen mit Branding.	Digitale oder ausgedruckte Markenlogos; Arbeitsblatt „Werbestrategie Branding“
10 Min.	Erarbei- tung III (Plenum)	Sammlung weiterer Werbestrategien (Unter- richtagespräch)	... erkennen weitere Wer- bestrategien.	Tafel
10 Min.	Sicherung (Einzel- arbeit)	Persönliche Reflexion	... reflektieren die Ein- flüsse, die Werbestrategie- n auf ihre Entscheidungen haben.	Arbeitsblatt „Mein Handy – Meine Entscheidung“
15 Min.	Transfer (Plenum)	Erarbeitung von Handlungsoptionen (Unterrichtsgespräch)	... erarbeiten Strategien, mit deren Hilfe sie sich vor dem Einfluss der Werbung schützen können.	Tafel / Poster

Hinführung

Arbeitsblatt „Mein Handy – meine Entscheidung“

erste Aufgabe: Auswahlkriterien bei der Wahl eines Handys

Das Arbeitsblatt wird im Anschluss beiseitegelegt und an dieser Stelle nicht besprochen.

Es kommt am Ende der Einheit erneut zum Einsatz.

Mein Handy – meine Entscheidung!

Du kannst dir ein Handy deiner Wahl aussuchen!
Für welches Modell oder welche Marke entscheidest du dich?
Der Preis spielt dabei keine Rolle.

Warum hast du dich für dieses Handy entschieden? Begründe deine Wahl!

Hier ist Platz für Notizen am Ende der Stunde.
Woran möchtest du zukünftig denken, wenn du etwas kaufst?

Einstieg

Variante 1

Offene Frage ins Plenum: „Was war euer letzter/größter Fehlkauf?“ und Entwicklung eines Unterrichtsgesprächs.

Variante 2

Aufgabe an die Gruppe: „Sortiert euch im Raum danach, wie gut euer Handy ist.“

Dies wird kaum möglich sein, da keine Bewertungskriterien vorgegeben wurden. Hieraus entwickelt sich ein Unterrichtsgespräch darüber, wonach man ein Handy bewerten kann.

Werbestrategie Preisvergleiche / Tendenz zur Mitte

- **Preisvergleichs-Experiment**
- zwei Versuchsgruppen: Versuchsgruppe A: zwei Smartphones zur Wahl, Versuchsgruppe B: drei Smartphones zur Wahl
- Zu erwartendes Ergebnis: in der Versuchsgruppe A wählen die meisten das günstigere Handy (VZPhone 10), in Versuchsgruppe B das mittelpreisige Handy (VZPhone 10 Pro)
- Tendenz zur Mitte wird erläutert: Menschen entscheiden sich mehrheitlich für das mittelpreisige Produkt, da es für sie die Kaufrisiken bestmöglich zu minimieren scheint: Das Risiko, eine niedrigere Qualität zu erhalten, und das Risiko, zu viel Geld auszugeben.

VZ-Phone Phone 10 Pro Max



Kapazität	128 GB
Display	2974 x 1335 Pixel bei 520 ppi
Kamera	48 MP Ultra-Weitwinkel
Batterie	Bis zu 35 Stunden Videowiedergabe
Preis	1.499 €

VZ-Phone Phone 10 Pro



Kapazität	128 GB
Display	2637 x 1236 Pixel bei 520 ppi
Kamera	48 MP Ultra-Weitwinkel
Batterie	Bis zu 29 Stunden Videowiedergabe
Preis	1.199 €

VZ-Phone Phone 10



Kapazität	128 GB
Display	2547 x 1196 Pixel bei 520 ppi
Kamera	12 MP Ultra-Weitwinkel
Batterie	Bis zu 25 Stunden Videowiedergabe
Preis	949 €

Werbestrategie Branding

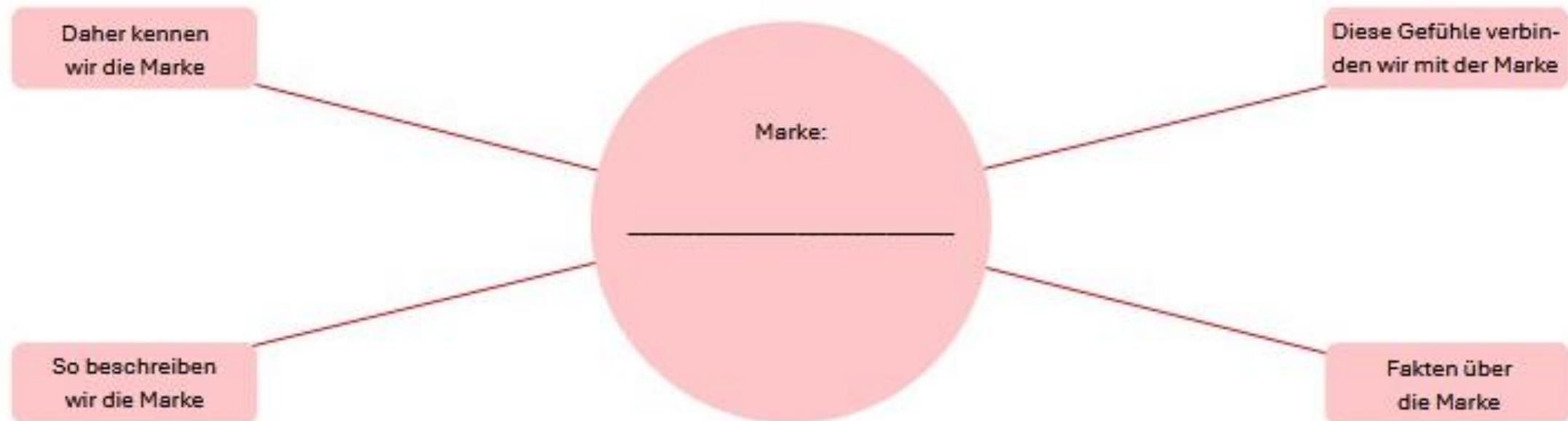
- **Markenerkennungs-Experiment**
- Bekannte Markenlogos (ohne Schriftzug des Namens) werden gezeigt
- Die Lernenden verteilen sich im Raum nach Zustimmung oder Ablehnung
- Mögliche Fragen der Lehrkraft nach jedem Logo: Was verbindest du mit dieser Marke? Warum findest du die Marke gut / nicht gut?
- Arbeitsblatt „Werbestrategie Branding“ in Kleingruppen
- Besprechung im Plenum: Erkenntnisse darüber, dass Marken gezielt auf bestimmte Assoziationen der Verbraucher:innen setzen.
- Verdeutlichung: Online-Bildersuche (spiegelt gewolltes Image wider)
- Branding = Bildung einer Markenidentität

Werbestrategie Branding

Ihr habt das Logo einer Marke erhalten. Tauscht euch hierzu aus und **notiert eure Ergebnisse in der Mindmap.**

Stellt euch diese Fragen:

- Habt ihr das Logo sofort erkannt? Wenn ja, woran liegt das? (z. B.: Ich sehe oft Werbung dafür; ich besitze etwas von dieser Marke...)
- Welches Gefühl verursacht diese Marke bei euch? (z. B.: Begeisterung, Langeweile, Stress, Wut...)
- Mit welchen Wörtern würdet ihr diese Marke beschreiben? (z. B.: teuer, modern, langweilig...)
- Welche Fakten kennt ihr über die Marke? (z. B.: gibt es schon seit 50 Jahren, Marktführer, aus Amerika...)



Sammlung weiterer bekannter Werbestrategien

- **Frage an die Gruppe: „Was bewegt euch noch dazu, etwas zu kaufen?“**
- Limited Editions
- Werbung/Testimonials
- Verknappung
- Sonderangebote
- Superlative
- neuer Geschmack / neue Farbe usw.
- viel Zubehör
- ...

Sicherung und Transfer

- **Reflexion:** Inwieweit haben mich die besprochenen Werbestrategien bisher beeinflusst?
- **Sammlung möglicher Strategien**, um die Beeinflussung durch Werbung zu vermeiden:
 - Entscheidungen nicht spontan treffen
 - eine Nacht drüber schlafen
 - Markentreue hinterfragen
 - erst überlegen: „Was brauche ich wirklich?“ und dann shoppen/informieren, was es auf dem Markt gibt
 - Spickzettel nutzen, um entsprechendes Smartphone zu finden
 - Vergleichsportale nutzen – Eigenschaften von Geräten vergleichen



WeltFAIRteilungsspiel

Konzept des Unterrichtsmaterials

- Zielgruppe: junge Menschen von 14 bis 22 Jahren
- Fächerbezug: fächerübergreifend (z.B. Verbraucherbildung, Wirtschaft/Politik, Erdkunde)
- Thema: Smartphone, Nachhaltigkeit, Konsumententscheidungen
- Zielsetzung: Die Lernenden erschließen den Produktions- und Lebensweg eines Smartphones und setzen sich kritisch mit ihrem Konsumverhalten auseinander.
- Material: Unterrichtsmaterial, ggf. zur Verwendung mit einem Weltkarten-Spielplan und Spielfiguren
- Zeitlicher Umfang: ca. 90 Minuten
- Erschienen: 2025

Beschreibung

- Das WeltFAIRteilungsspiel behandelt Umwelt-, Arbeits- und Lebensbedingungen in einer digitalisierten Welt.
- Die Schülerinnen und Schüler erfahren am Beispiel des Smartphones, was das eigene Konsumverhalten damit zu tun hat, und diskutieren, entwickeln und präsentieren konkrete Handlungsoptionen für mehr Nachhaltigkeit.
- Der Workshop ist in abgewandelter Form auch in Berufsschulklassen und in der Erwachsenenbildung einsetzbar.

Lernziele

- **Die Teilnehmenden...**
- diskutieren Fragen der Gerechtigkeit im Kontext von Globalisierung und der Verteilung von Wohlstand.
- stellen den Produktions- und Lebensweg eines Smartphones dar.
- ordnen die Auswirkungen des eigenen Konsumverhaltens auf Umwelt und Lebensbedingungen ein.
- entwickeln Strategien, mit denen sie einen Beitrag zum Ressourcenschutz leisten können.

Das Material enthält

- Ablaufplan (exemplarisch)
- Beschreibung des Materials
- Hinweise zur Umsetzung
- Arbeitsblätter
- Downloads (Spielmateriale)

4. Exemplarischer Ablaufplan

Zeit- angabe	Phase (ggf. mit Sozial- form)	Inhalt (ggf. mit Methode)	Lernziele Die Lernenden...	Materialien
10 Min.	Einstieg (Plenum)	Thema Smartphone einführen	... benennen die Funktio- nen von Smartphones.	Evtl. älteres Mobil- telefon (nicht Be- standteil des Ma- terials); Fun Facts rund ums Smart- phone
10 Min.	Erarbeitung I (Einzelarbeit o- der Plenum)	Eigene Nutzung des Smartphones reflek- tieren	... reflektieren ihre eigenen Smartphonennutzung.	Arbeitsblatt „Und du so?“
10 Min.	Darbietung (Plenum)	Im Smartphone ver- baute Rohstoffe und deren Gewinnung	... erfahren, welche Roh- stoffe in Smartphones ver- arbeitet sind.	Eventuell Beamer
20 Min.	Erarbeitung II (Plenum)	Verteilung von Bevöl- kerung, BIP, Zugang zu Smartphone/ In- ternet und CO2-Aus- stoß	... diskutieren Fragen der Gerechtigkeit im Kontext von Globalisierung und der Verteilung von Wohl- stand.	Weltkarte, Spielfi- guren, Umrech- nungs-Legende
20 Min.	Erarbeitung III (Plenum oder Gruppenar- beit)	Beschäftigung mit den Protagonisten, Produktionsbedin- gungen	... stellen den Produkti- ons- und Lebensweg eines Smartphones dar und ver- knüpfen diesen mit den Arbeitsbedingungen betei- ligter Menschen und den Auswirkungen auf die Um- welt.	Lebensläufe Prota- gonisten; ggf. Ar- beitsblatt „Wer? Was? Warum?“
20 Min.	Transfer (Plenum)	Handlungsbedarfe festhalten und Hand- lungsoptionen entwi- ckeln	... entwickeln Strategien, mit denen sie einen Bei- trag zum Ressourcen- schutz leisten können.	Tafel

Einstieg

- Vom Handy zum Smartphone – Evolution des Mobilfunkgeräts (ggf. altes Modell herumreichen)
- Fun Facts rund ums Smartphone

Anhang

Fun Facts rund um das Smartphone

1. Am 03.04.1973 führte Martin Cooper als allererster Mensch auf der 6th Avenue in New York ein Gespräch mit einem Mobiltelefon.⁶
2. Wen rief er an?
Martin Cooper rief seinen Kollegen Joel Engel vom konkurrierenden Unternehmen Bell Labs an. Ihm wurde damit gezeigt, wer technisch weiter war.⁷
3. Das erste kommerzielle Mobiltelefon war das DynaTAC 8000X von Motorola: 800 Gramm schwer (vgl. mit einer Wasserflasche), 33 Zentimeter lang (wie eine DIN A4 Seite), fast 4000 Dollar teuer. 30 Telefonnummern waren speicherbar. Sprechen konnte man damit eine knappe Stunde, das Laden dauerte zehn. Dennoch wurde es gut verkauft.⁸
4. Smartphone = schlaues Telefon nennt man ein Mobiltelefon mit umfangreichen Computerfunktionen, erstmals so genannt 1999 vom schwedischen Unternehmen Ericsson.⁹

Eigene Nutzung des Smartphones reflektieren

- **Variante 1:** Die Lernenden bearbeiten das Arbeitsblatt „Und du so?“
- **Variante 2:** Die Fragen des Arbeitsblattes werden im Plenum besprochen.
- **Fragen auf dem Arbeitsblatt:**
 - 1. Von welcher Firma ist dein Smartphone?
 - 2. Wie viele Smartphones hattest du bisher schon?
 - 3. Wo hast du dein Smartphone her (von Familienmitglied, Neukauf, Gebrauchtkauf)?
 - 4. Weißt du, was dein Smartphone gekostet hat?
 - 5. Weißt du, welche (Roh-)Stoffe in deinem Smartphone verbaut sind?
 - 6. Wie viele Smartphones liegen ungenutzt bei dir zu Hause?

Im Smartphone verbaute Rohstoffe und deren Gewinnung

- Fakten werden von der Lehrkraft vorgetragen
- Unterstützend kann der Vortrag „Einmal um die Welt“ genutzt werden
- Informationen zum deutschen Smartphone-Markt
- Das ist drin im Smartphone – Materialien und Rohstoffe
- Arbeitsbedingungen
- Transportwege

e Präsentation mit interaktiven Elementen greift die wichtigsten Fakten rund um Rohstoffe und Produktion von Smartphones auf. Sie eignet sich gut als Einstieg zu den Einzelthemen des Bildungsangebots "Nachhaltige Smartphone-Nutzung".



Das ist drin im Smartphone

Smartphones...

... wiegen im Durchschnitt **110 g** (ohne Akku).

... bestehen zu rund **45 %** aus Metallen.

... bestehen zu **32 %** aus Glas.

... bestehen zu **17%** aus Kunststoffen.

... bestehen zu **6 %** aus Materialverbunden.



© BGR/PrinzMayer BGR - Commodity TopNews 65, „Metalle in Smartphones“

◀ 3 / 16 ▶

H-P

I am confused

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Verteilung auf der Weltkarte

- Verteilung von Bevölkerung, BIP, Zugang zu Smartphone/ Internet und CO2-Ausstoß werden auf einer Weltkarte dargestellt (Weltkarte muss selbst gestellt werden, Spielfiguren Druck-Vorlage zum Download)
- Die Lernenden stellen sich um die Weltkarte herum auf.
- Durchführungsvorschlag: Nacheinander werden jeweils fünf Lernende ausgewählt. Diese erhalten je sechs Spielfiguren, welche sie auf der Weltkarte verteilen. Wenn alle Figuren verteilt sind, diskutiert und verschiebt die Lerngruppe so lange die Figuren, bis sie das richtige Ergebnis zu haben glaubt.
- Danach bespricht die Lehrkraft das Ergebnis und stellt die richtige Lösung dar. Diese kann mit Zahlen verdeutlicht werden.
- Hinweis: Die Zahlen verändern sich ständig, wichtig ist die relative Verteilung.

Umrechnung Maßstab Spielfiguren

	insgesamt	pro Spielfigur
Weltbevölkerung	7,98 Mrd.	266 Mio.
Welteinkommen	85 Mrd. Euro	ca. 2,84 Mrd. Euro
Smartphones weltweit	3,8 Mrd.	ca. 129 Mio.
Alternative: Internet-an- schlüsse weltweit	4,9 Mrd.	ca. 163 Mio.
CO ₂ -Emissionen weltweit	32.475 Mio. Tonnen	1.082 Mio. Tonnen

Fragen zur weiteren Analyse

- Was fällt auf, wenn man die Weltkarte jetzt betrachtet?
- Wie ist das Verhältnis von Menschen und Geld im Vergleich Nord- und Südhalbkugel?
- Gibt es Unterschiede zwischen der Nord- und Südhalbkugel im Hinblick auf den CO2-Fußabdruck?
- Was fällt bei der Verteilung der Smartphones weltweit auf?
- Wie sieht generell die Verteilung aus? Ist alles gerecht verteilt?
- Welche Auswirkungen haben diese Unterschiede?

WeltFAIRteilungsspiel – Auflösung

Kontinente	Weltbevölkerung in Mio.	30 Spielfiguren	Welteinkommen in Mrd. Euro	30 Spielfiguren
Afrika	1.427	5	2.335	1
Asien	4.723	18	32.958	12
Australien und Ozeanien	45	0 (Mini-Pöppel)	1.638	1
Europa und Russland	743	3	20.950	7
Nordamerika	377	1	22.924	8
Mittel- und Südamerika	660	3	4.421	1
Gesamt:	7.975	30	85.226	30

Kontinente	Smartphones weltweit in Mrd.	30 Spielfiguren	CO ₂ -Emissionen weltweit in Mio. Tonnen	30 Spielfiguren
Afrika	551	4	1.451	1
Asien	2.149	17	21.694	18
Australien und Ozeanien	17	0	435	0
Europa und Russland	485	4	5.306	5
Nordamerika	302	3	5.554	5
Mittel- und Südamerika	353	2	1.695	1
Gesamt:	3.857	30	36.138	30



(Dänemark)

Kanada

Vereinigte Staaten

Mexiko

Kuba

Brasilien

Peru

Bolivien

Chile

Fast Fashion & faire Smartphoneproduktion

Russland

China

Indien

Indonesien

Australie

Protagonisten/Rohstoffe und Produktionsbedingungen

Die Lehrkraft zeigt im Plenum zehn große Spielfiguren und die Aufsteller mit den zehn Protagonisten.

Die Reihenfolge der Protagonisten folgt dem Lebenslauf eines Smartphones.

Material: Übersicht der Protagonisten/Rohstoffe und Produktionsbedingungen

optional Material: Arbeitsblatt „Wer? Was? Warum?“

Variante 1:

Die Lehrkraft stellt die Figuren nacheinander mit dem dazugehörigen Aufsteller auf die Weltkarte und erzählt den Lernenden etwas über diese Person.

Variante 2:

Die Lernenden erarbeiten anhand der Lebensbedingungen der Protagonisten in Kleingruppen die wichtigsten Informationen und stellen diese dann im Plenum vor:

Woher kommt die dargestellte Person?

Wie sind ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen?

Welcher Rohstoff/welche Problematik hängt damit zusammen?

Protagonisten/Rohstoffe und Produktionsbedingungen

Variante 3:

Die Lehrkraft resümiert und fasst kurz den Weg eines Smartphones zusammen:

Es ist im wahrsten Sinne des Wortes eine Weltreise, die unsere Smartphones zurücklegen.

An den prekären Lebens- und Arbeitsbedingungen an verschiedenen Stellen auf der Welt sind auch wir als Nutzer der Geräte beteiligt.

Je mehr Smartphones wir nutzen, je kürzer die Lebensdauer der Geräte ist, je weniger Smartphones recycelt werden, umso verheerender sind die Folgen für die Umwelt und die Menschen vor Ort.

Protagonisten/Rohstoffe und Produktionsbedingungen - Material



Hi! How are you?

Mein Name ist Lenny Brown.
Ich bin 28 Jahre, Single und lebe in Silicon Valley.
Ich entwickle die Smartphones von morgen.

„Coole Apps zu entwickeln ist meine Leidenschaft...“

Der Job im **Silicon Valley** ist mein Traum. Schon als kleiner Junge haben mich Computerspiele und Konsolen fasziniert. Ich fing an, auch erste kleine **Programme zu schreiben**. Gemeinsam mit einem Freund habe ich in der Schule eine App programmiert für einen Termin- und Geburtstagskalender. Wir beide waren furchtbar schlecht darin, uns Termine zu merken. Diese App hat für uns beide Ordnung ins persönliche Chaos gebracht – und mich auf meinen Berufswunsch.

Nach der Schule habe ich am Massachusetts Institute of Technology **Systems Engineering** studiert. Über ein Praktikum bin ich dann fest bei einem großen IT-Unternehmen eingestiegen.

An meiner Arbeit gefällt mir besonders, dass ich die Zukunft mitgestalte, Smartphones mit **neuen Anwendungen** entwickle und damit die Geräte immer besser in **den Alltag der Nutzer einbinde**. Herausfordernd und abwechslungsreich finde ich, dass ich nicht allein arbeite, sondern mit Menschen aus der ganzen Welt. Bei uns passiert viel in **Teamarbeit**. Häufig sehen wir uns zwar nur virtuell, sind aber trotzdem zusammen sehr kreativ. Diesen gemeinsamen **kreativen Prozess**, von der Idee über die Entwicklung, die Software bis zum fertigen Produkt, finde ich immer wieder spannend.

Und natürlich gefällt mir auch mein **Verdienst** sehr gut. Ich bekomme **rund 160.000 US-Dollar im Jahr**. Das sind in etwa über 12.000 Euro im Monat. Auch sonst haben wir hier eine **Menge Benefits** (Zugaben): Sportangebote, kostenfreies Essen, Massagen und vieles mehr.

Ich habe ein gutes Leben, einen guten Job, auch wenn unsere Branche sehr schnelllebig ist. Manchmal wünschte ich, es würde weniger eine Rolle spielen, was sich gut verkaufen lässt, und wir könnten nachhaltigere Apps entwickeln.



Steckbrief: Silicon Valley

Silicon Valley ist ein bedeutender Standort für die IT- und Hightech-Industrie.

Was bedeutet Silicon Valley und wo liegt es?

- Der Name setzt sich aus zwei Begriffen zusammen: „Silicon“ geht auf das chemische Element Silizium zurück, das in der Halbleiter- und Computerproduktion verwendet wird. Viele Betriebe im Silicon Valley stellen diese Produkte her.
- „Valley“ heißt übersetzt „Tal“.
- Silicon Valley liegt im Westen der USA an der San Francisco Bay, südlich von San Francisco und nördlich von San Jose.

Welche Unternehmen sind in Silicon Valley angesiedelt?

- Viele innovative Unternehmen, vor allem in den Bereichen Informationstechnologie (IT), Software, Biotechnologie oder künstliche Intelligenz haben dort ihren Sitz.
- Z.B. Apple, Tesla, Adobe Inc., eBay, Meta Platforms (Facebook), Microsoft, Oracle, Yahoo, IBM, Netflix, Siemens, Sony
- Viele Erfindungen wurden hier gemacht, z.B. der Transistor, der Mikrochip, der PC, das Smartphone, ChatGPT

Welche Bedeutung hat Silicon Valley für das Smartphone?

- Die Erfindungen und Forschungen aus Silicon Valley stecken überall drin – im Design, der Software, der Bedienung...
- Interessant: IT-Gurus wie Steve Jobs und führende Ingenieure im Silicon Valley schützen ihre Kinder möglichst lange vor übermäßiger Bildschirmnutzung. Sie denken, Smartphones schaden der kindlichen Entwicklung.

Wer? Was? Warum?

Ihr habt die Aussagen einer Person gelesen, die in irgendeiner Form etwas mit der Entwicklung, Herstellung oder Nutzung eines Smartphones zu tun hat.

Auf der Rückseite dieser Personenbeschreibung findet ihr weitere Informationen.

Beantwortet die Fragen auf diesem Arbeitsblatt und tragt die wichtigsten Aussagen unten ein!

Wie heißt die Person?

Wie alt ist die Person?

Wo lebt sie?

Was hat die Person mit unserem Smartphone zu tun?

Wie geht es der Person in ihrem Arbeitsumfeld?

Welche Auswirkungen hat die Smartphone-Produktion auf das Leben der Person?

Welche Wünsche hat die Person?



आपका दिन शुभ हो

aapaka din shubh ho - einen schönen Tag
Mein Name ist Raj Singh.
Ich bin 44 Jahre alt, habe zwei Kinder und wohne in Indien.
Ich setze die Kamera in Smartphones ein

„Mein Lohn reicht kaum, um meine Familie zu ernähren...“

Ich arbeite in einer Fabrik im Süden Indiens im Bundesstaat Karnataka. Hier werden aus vielen Bauteilen Smartphones zusammengebaut. Ich setze die Kameras ein und verdiene umgerechnet 170 Euro im Monat. Allein die Miete kostet umgerechnet mehr als 50 Euro im Monat. Da bleibt zum Leben nicht mehr viel Geld übrig.

In Karnataka werden gerade die **Arbeitsbedingungen** verändert. Mir gefällt das überhaupt nicht. Die Bedingungen werden dadurch noch viel schlechter. Damit rund um die Uhr gearbeitet wird, dürfen die Fabriken ihre Arbeiter dann in **Schichten bis zu 12 Stunden** arbeiten lassen. In drei Monaten dürfen 148 Überstunden anfallen. Mein Chef nimmt auch das nicht so genau. Manchmal muss ich sogar **70 Stunden in der Woche** arbeiten. Wenn ich nicht mitmache, habe ich **Angst, dass ich entlassen werde**.

Jeden Tag fahre ich mit dem Bus zur Arbeit und wieder zurück. Die Fahrt dauert mindestens eine Stunde. **Ich wohne nicht bei meiner Familie**, sondern muss in einem Wohnheim mit großen Schlafsälen wohnen, das zur Fabrik gehört. Da ist es heiß und laut und unhygienisch.

Meine große Tochter Amita arbeitet auch in einer Fabrik und wohnt in einem Wohnheim. Dort musste Sie eine Zeit lang auf **dem Fußboden schlafen**. Viele Frauen dort hatten gerade eine schlimme Lebensmittelvergiftung von dem Essen, das sie in diesem Heim bekommen haben.

Menschenwürdig sind unsere Lebens- und Arbeitsbedingungen nicht gerade. Ich habe gehört, dass die Smartphones die wir herstellen, in den westlichen Ländern für viel Geld verkauft werden. Warum können wir dann nicht **angemessenen Lohn bekommen**? Wir möchten doch nur fair bezahlt werden und genug Geld zum Leben haben.

Steckbrief: Arbeitsbedingungen Indien



So sehen die Arbeitsbedingungen aus:

- Das durchschnittliche Einkommen variiert nach Branche und liegt bei etwa 154 Euro pro Monat.
- Arbeitszeiten: 10 bis 12 Stunden am Tag / 48 Stunden in der Woche / 6 Tage pro Woche
- 50 bis 145 Überstunden in 3 Monaten sind möglich
- 12 Tage Bezahlung pro Jahr bei Krankheit
- 1 Tag Urlaub pro 20 gearbeitete Tage
- Arbeiterinnen und Arbeiter leben in Wohnheimen, die zu den Fabriken gehören.

Was sind die größten Probleme?

- erzwungene Überstunden
- Täuschung über giftige Chemikalien

Wer profitiert von diesen Arbeitsbedingungen?

- Verbraucherinnen und Verbraucher (durch geringe Produktionskosten)
- Unternehmen

Was hat das mit unseren Smartphones zu tun?

- Verbraucher und Verbraucherinnen sind ein Teil des Produktreislaufes. Je nachdem, für welche Produkte wir uns entscheiden, unterstützen wir auch die Art und Weise, wie diese Produkte hergestellt werden.

Sicherung/Transfer: Handlungsbedarfe und -optionen

Folgende **Fragen** können – abhängig von Altersklasse, Kenntnisstand, Zeit, Recherchemöglichkeiten - im Plenum oder in Gruppen gegeben werden:

Seht ihr bei euch einen konkreten Handlungsbedarf?

Unabhängig vom Smartphone: Was tut ihr schon in ihrem Alltag, um die Umwelt zu schonen bzw. ressourcenschonend zu leben?

Welche Ideen habt ihr, um an der Situation der vorgestellten Protagonisten etwas zu ändern?

Wäre es ein Ansatz, mit unseren Smartphones sorgsamer umzugehen und sie länger zu nutzen?

Was heißt „sorgsamer Umgang“ in diesem Zusammenhang?

Mögliche Ergebnisse zur Frage des sorgsamen Umgangs mit dem Smartphone:

Schutzhüllen für eine längere Lebensdauer

Akku richtig laden

Gerät keinen Temperaturschwankungen aussetzen

Gerät vor Nässe schützen

Betriebssysteme updaten

Smartphone mit auswechselbarem Akku kaufen

Smartphone öfter mal ausschalten

Kein Transport in der Hosentasche (Gefahr der Überhitzung oder Beschädigung)

Optional: Abschluss

Kernbotschaften / Feedbackrunde

Die Lehrkraft fasst die Kernbotschaften kurz gemeinsam mit den Lernenden zusammen:

Die Ressourcen unseres Planeten sind begrenzt.

Die Produktion eines Smartphones wirkt sich negativ auf die Umwelt aus (Vergiftung von Gewässern und Böden).

Die Produktion eines Smartphones erfolgt oft unter sehr problematischen Arbeitsbedingungen.

Behandle dein Smartphone sorgsam.

Jeder kann einen Beitrag leisten: Sei es beim Ressourcenschutz, gegen den Klimawandel oder bei sozialer Gerechtigkeit.

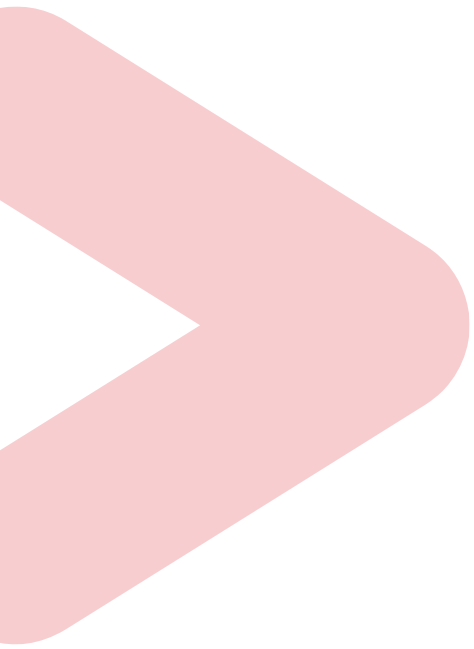
Ziel ist, herauszufinden, welche **Handlungsoptionen** die Lernenden aus diesen Kernbotschaften für sich ableiten können. Dafür können sie reihum das alte Handy nochmals in die Hand nehmen und zum Beispiel auf folgende Fragen antworten:

Welche Erkenntnisse nimmst du von heute mit?

Wo siehst du in deinem Lebensalltag die Möglichkeit, Dinge zu ändern?

Hat sich dein Blick auf das Smartphone verändert?

Wollen wir als Klassengemeinschaft aktiv etwas tun, um das Thema auch anderen näher zu bringen?



Einmal um die Welt

Beschreibung

- Die **Präsentation mit interaktiven Elementen** greift die wichtigsten Fakten rund um Rohstoffe und Produktion von Smartphones auf.
- Sie eignet sich gut als Einstieg zu den Einzelthemen des Bildungsangebots "Nachhaltige Smartphone-Nutzung".
- Innerhalb der Präsentation gibt es Informations-Felder, die angeklickt werden können.
- Informationen zum deutschen Smartphone-Markt
- Das ist drin im Smartphone – Materialien und Rohstoffe
- Arbeitsbedingungen
- Transportwege



Es wird richtig viel Geld verdient

Der Deutsche Smartphone-Markt 2025

Umsatz mit Smartphones, Apps und Mobilkommunikation:
40,1 Milliarden Euro



Umsatz nur mit Smartphones:
12,1 Milliarden Euro



- 20 Millionen Geräte
- Die Hälfte der Menschen legt Wert auf KI
- Gleichzeitig gilt: Smartphones werden länger genutzt!



© katemangostar / Freepik





Nachhaltig digital unterwegs

Beschreibung

- Aus unserem Alltag ist die Nutzung von Technik und Datenvolumen nicht wegzudenken. Damit einher geht aber ein hoher Ressourcenverbrauch. Wie kann Technik trotzdem genutzt werden, um nachhaltiger zu leben?
- Was zuerst wie ein Widerspruch erscheint, kann gleichzeitig den Weg zu einer Lösung darstellen. Mithilfe verschiedenster Apps oder Websites lässt sich das alltägliche Leben nachhaltiger gestalten.
- Mit Hilfe dieses Materials sammeln die Teilnehmende anhand vorgegebener Kategorien Websites und Apps, die sie auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Lebensweise unterstützen können. Ziel ist es, eine Übersicht zu erhalten, die die Teilnehmenden mitnehmen und für sich nutzen können.

Konzept des Unterrichtsmaterials

- Zielgruppe: junge Menschen von 16 bis 22 Jahren
- Fach: fächerübergreifend (z.B. Wirtschaft/Politik, Verbraucherbildung, Erdkunde)
- Thema: Smartphone, Nachhaltigkeit, Konsumententscheidungen
- Lernziel: Die Teilnehmenden verschaffen sich einen Überblick darüber, wie sie digitale Hilfsmittel nutzen können, um nachhaltiger zu leben
- Material: Computer/Smartphone, Arbeitsblatt
- Dauer: eine Schulstunde
- Erschienen: 2025

Einstieg

Zu Beginn wird den Teilnehmenden die Frage gestellt: „**Wofür nutzt ihr euer Smartphone?**“

Nachdem die Teilnehmenden einige Antworten präsentiert haben, hakt die Lehrkraft genauer nach.

Leitfrage dieser Unterrichtseinheit: „**Wie kann ich mein Smartphone nutzen, um nachhaltiger zu leben?**“

Die Teilnehmenden äußern erneut ihre Ideen und diese werden an der Tafel gesammelt. Gemeinsam wird nun überlegt, welche **Kategorien** sich daraus bilden lassen.



Einstieg

Mögliche Kategorien:

Tauschbörsen (= Austausch von Gütern und Dienstleistungen ohne Geld)

private Verkaufsportale (= Produkte werden selbst eingestellt und von Privatperson zu Privatperson verkauft, getauscht oder verschenkt)

Ankaufportale (= Ankauf gebrauchter Produkte von Privatpersonen, Überprüfung und Weiterverkauf)

Online-Gebrauchtmärkte (= Verkauf von Gebrauchtwagen ohne Ankauf von Privatpersonen)

nachhaltig Shoppen (Online-Shops, die nachhaltige Waren anbieten, oft mit CO2-neutralem Versand etc.)

ÖPNV Apps

Apps für nachhaltige regionale Angebote

Apps für nachhaltige Ernährung

Apps zum Energiesparen

Apps für nachhaltiges Leben

Erarbeitung

- Zu zweit sollen die Teilnehmenden sich nun auf die Suche nach Apps und Anwendungen machen.
- Dafür werden die bestehenden Kategorien auf die Gruppen verteilt.
- Wenn die Teilnehmenden etwas Interessantes gefunden haben, notieren sie ihr Ergebnis. Dabei sollen sie auf folgendes achten:
 - Wie lautet der Name?
 - Ist es eine App oder eine Website?
 - Wer ist der Anbieter oder Hersteller?
 - Wenn möglich, soll auch der Link notiert werden

Abschluss

Variante 1: Linksammlung

Die Teilnehmenden legen ein digitales Dokument an (Vorlage im Anhang), in dem sie die Informationen abspeichern.

Die Kleingruppen präsentieren zwei oder drei interessante Funde der gesamten Gruppe und erklären, warum sie diese so gut finden.

Am Ende werden die einzelnen Dokumente durch die Lehrkraft oder einen Teilnehmenden zusammengefügt und der gesamten Gruppe digital (oder ausgedruckt) zur Verfügung gestellt.

Variante 2: Ergebnissicherung auf Papier

Die Teilnehmenden nutzen das Arbeitsblatt, um ihre Ergebnisse für sich zu sichern.

Nach erfolgter Recherche werden die Ergebnisse auf einem Plakat, z.B. in Form einer Mind Map gesammelt.

Dabei präsentiert jede Gruppe ihre Ergebnisse oder die Favoriten ihrer Suche, erklären warum sie diese gut finden, und halten die Namen der App / der Website auf dem Plakat fest.

Das Plakat kann in dem Kursraum verbleiben oder einsehbar für weitere Kurse aufgehängt werden.



Neues Smartphone fällig?

Arbeitsblatt

- Aufgabe 1: Bestimmung des Nutzertyps
- Aufgabe 2: Relevanz der Ausstattungsmerkmale für den eigenen Nutzertyp analysieren

Neues Smartphone fällig? Darauf kannst du achten

Um eine gute Entscheidung zu treffen, kannst du dir zuerst darüber klarwerden, was du wirklich brauchst. Hier findest du die wichtigsten Kriterien zum Vergleich von verschiedenen Modellen.

In der Tabelle kannst du selbst einordnen, wie du dein Smartphone nutzt.

Eigenschaften	Gaming	Influencer	Normal-Nutzung	Nur telefonieren	Das ist mir wichtig
Prozessorleistung	X				
Grafikleistung (GPU)	X				
Bildschirmqualität	X	X			
Bildschirmgröße	X	X	X	X	
Bildwiederholrate	X				
Akkulaufzeit	X	X	X		
Kameraqualität		X			
Speicherplatz	X	X	X		
Design und Ästhetik		X			
Betriebssystem	X				
Preis/Leistung			X	X	
Audioqualität	X	X			
Konnektivität (5G, WiFi)	X	X			
Kühlungssystem	X				
Zusätzliche Features (z.B. KI-Anwendungen)		X	X		
Gewicht und Größe			X	X	
Langlebigkeit/Qualität	X	X	X	X	

Arbeitsblatt

- Aufgabe 3: Erläuterungen zu den Ausstattungsmerkmalen lesen und verstehen
- Persönliche Relevanz vermerken
- Auch im Flyerformat erhältlich

Aufgaben

1. Bestimme, ob du hauptsächlich Gamer oder Influencer oder eine Person mit durchschnittlichem Nutzungsverhalten bist.
2. Schau in der Spalte nach, die deinem Nutzerprofil entspricht: Welche Eigenschaften sind bei der Kaufentscheidung für dich besonders wichtig (markiert durch ein 'X')? Überschneiden sich deine Nutzerprofile, dann kommen natürlich auch die Eigenschaften aus den anderen Spalten für dich in Betracht.
3. Trage in die letzte Spalte ein, worauf du beim Kauf eines Smartphones in Zukunft besonders großen Wert legen wirst. Die folgenden Erklärungen zu den einzelnen Geräteeigenschaften helfen dir dabei.

Merkmal/ Eigenschaft	Erklärung
Größe	Klein passt besser in die Tasche und lässt sich einfacher mit einer Hand bedienen, ist aber nicht so gut für Spiele oder zum Filmeschauen geeignet. Größere bieten mehr Platz für Technik/Elektronik und haben meist mehr Leistung oder bessere Ausstattung. Sie verbrauchen aber oft mehr Strom. Neuere Modelle sind oft immer größer, weil die steigende Leistung immer größere Akkus voraussetzt.
Kamera	Kameras werden immer besser. Für Schnappschüsse genügen aber fast alle Einsteigermodelle. Wer auch anspruchsvollere Bilder unter schwierigeren Bedingungen (z. B. in dunkleren Räumen oder am späten Abend) machen möchte, kommt mit Einsteiger-Smartphones schnell an die Grenze. High-End-Geräte haben hier die bessere Technik, z.B. eine größere Blende. So gelangt mehr Licht auf den Sensor. Auch die Software, die automatisch das Bildrauschen oder mit KI störende Objekte aus dem Bild entfernt, ist bei teureren Geräten meistens leistungsfähiger. Teurere Handys haben häufig auch mehrere Objektive: neben dem normalen Tele-Objektiv meistens noch eine Makro-Linse (für kleine und nahe Objekte) und ein (Ultra-)Weitwinkelobjektiv, bei dem der Bildausschnitt weiter ist und damit z.B. mehr Freunde auf das Foto passen.
Leistung (Prozessor, Arbeitsspeicher)	Je stärker der Prozessor, desto höher ist meistens auch sein Akku-Verbrauch, und desto häufiger musst du das Handy laden. Wenn du grafisch aufwändige Spiele auf dem Smartphone spielen willst, brauchst du einen starken Prozessor und ausreichend RAM (=Arbeitsspeicher). Hier hilft ein Vergleich anhand von Benchmarks. Dafür werden die gleichen Prozesse auf verschiedenen Geräten getestet. Anhand der durchschnittlichen FPS (frames per second, Bilder pro Sekunde) können sie direkt gegenübergestellt werden. Neben dem Prozessor ist auch der Arbeitsspeicher für flüssiges Spielen entscheidend. Viele aktuelle Smartphones trumpfen hier mit 6 GB bis 12 GB. Grafisch aufwändige Programme profitieren von einem größeren Arbeitsspeicher.
Display	Beim Display sind drei wesentliche Faktoren wichtig für die Entscheidung: die Bildschirmdiagonale (meist angegeben in Zoll). Spiele und Videos machen auf einem größeren Display einfach mehr Spaß. Und sie sehen besser aus, wenn die Displays eine



Gewährleistung & Garantie - Rollenspiel

Beschreibung

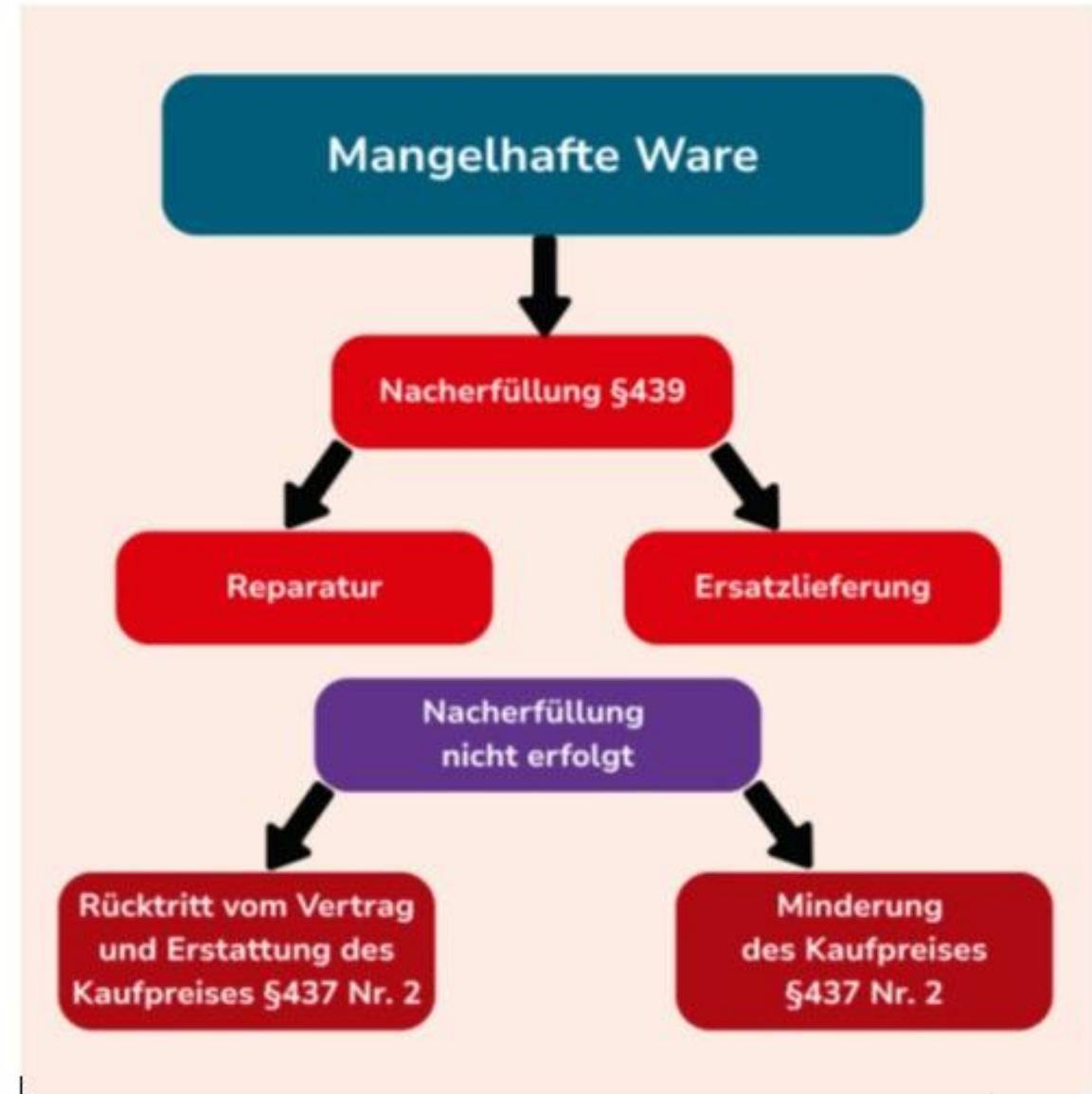
- Bei jedem Einkauf im Supermarkt, bei der Anschaffung eines Gebrauchtwagens, beim Haustürgeschäft: Überall kommt ein Kaufvertrag zustande. Dabei gibt es feste Regeln, an die sich Kaufende und Verkaufende halten müssen. Das gilt auch für den Kauf eines Smartphones. Um die Rechtslage abwechslungsreich zu vermitteln, bezieht sich das Material auf verschiedene Produkte.
- Mit Hilfe von Rollenspielen werden unterschiedliche Kaufsituationen dargestellt. Die Schülerinnen und Schüler übernehmen dabei die Rolle von Kaufenden, Verkaufenden, Filialleitung oder Verbraucherschützern. Im Rahmen dieser Übung wird die Bedeutung der Begriffe Umtausch, Garantie und Gewährleistung sowie mögliche Konsequenzen für Verbraucherinnen und Verbraucher und für das anbietende Unternehmen geklärt.

Lernziele

- **Die Lernenden...**
- differenzieren zwischen Gewährleistung und Garantie und den unterschiedlichen Zuständigkeiten.
- ermitteln, wie sie ihre Rechte bei mangelhafter Ware durchsetzen können.
- üben die Handlungsmöglichkeiten praktisch ein.

Das Material enthält:

- Handreichung für Lehrkräfte (Einstieg, Erarbeitung, Rollenspiel, Auswertung, Abschluss, Hintergrundinformationen und Links)
- Rollenkarten für das Rollenspiel (siehe Anhang)
- **Selbst besorgen:** ggf. zusätzlich Requisiten (z.B. Tisch, Kasse, Spielkonsole, Rucksack, Tüte oder Karton, Pullover, Kassenzettel)



Szenario 1:

Pullover mit Wollknötchen
Minderung/Rücktritt

Deine Rolle:
Leiter / Leiterin in einem
Bekleidungsgeschäft

Deine Situation:

Du wirst zu einem Gespräch zwischen Kunde / Kundin und Verkäufer / Verkäuferin geholt. Der Kunde / die Kundin **beschwert sich über einen Pullover und möchte das Geld zurück**. Der Verkäufer oder die Verkäuferin sieht keinen Grund dafür, das Geld zu erstatten.

Das willst du:

Du lässt dir kurz berichten, was mit dem Pullover nicht stimmt. Du schlägst vor, den **Pullover durch einen neuen zu ersetzen**. Aber: Die „Limited Edition“ ist komplett ausverkauft. Du kannst nur einen **ähnlichen Pullover** anbieten.

Deine Argumente:

Vom Gesetz her ist es so, dass der fehlerhafte Pullover durch einen neuen ersetzt werden muss.



Szenario 1:

Pullover mit Wollknötchen
Minderung/Rücktritt

Deine Rolle:
Verbraucherschützerin /
Verbraucherschützer

Deine Situation:

Du beobachtest zuerst nur die Situation. Da sich die drei Personen nicht einigen können, wirst du um Rat gefragt, wie mit dem Mangel umgegangen werden soll.

Das machst du:

Du löst die Situation auf und erklärst, wie es rechtlich aussieht: Knötchen entstehen bei weichem Material durch Reibung und sind nicht in jedem Fall ein Mangel. Ein Mangel wird aber zum Beispiel angenommen, wenn sie sich nach kürzester Zeit gebildet haben oder wenn es einen Hinweis gab, dass das Material keine Knötchen bildet. Bei einem **Mangel** kann der Kunde/die Kundin verlangen, dass sich das Geschäft um die **Behebung des Mangels** kümmert. Das bedeutet: **eine Reparatur oder einen Ersatz**. Den Pullover zu reparieren funktioniert nicht. Dann würde ein Ersatz in Frage kommen, also ein neuer Pullover aus der gleichen Serie. In diesem Fall ist das auch nicht möglich, da alle Pullover aus dieser Spezialsérie ausverkauft sind.

Nun gibt es zwei Möglichkeiten:

1. Man kann „mindern“, das heißt den Pullover behalten, aber einen Teil des Kaufpreises zurückbekommen.

2. Man kann vom Vertrag zurücktreten, das heißt, das Geld zurückbekommen und die fehlerhafte Ware zurückgeben.

Szenario 2:

Spielkonsole zum zweiten Mal kaputt -
Rücktritt nach Nachbesserung

Deine Rolle:
Kunde / Kundin

Deine Situation:

Du hast dir vor fünf Monaten eine teure Spielkonsole gekauft. Irgendwas ist aber nicht in Ordnung, denn sie ist schon zum zweiten Mal kaputt. Das erste Mal warst du in dem Geschäft, in dem du sie gekauft hast, und sie haben die Konsole **kostenlos repariert**. Nun ist schon wieder was kaputt. Mit deinem Kassenbon gehen du ein weiteres Mal in das Geschäft und erklärst, was los ist.

Das willst du:

Du bist inzwischen etwas genervt und möchtest die Spielkonsole nicht mehr reparieren lassen. **Du möchtest dein Geld zurück**.

Deine Argumente:

Die Spielkonsole war teuer und du findest, dass sie nicht zwei Mal hintereinander kaputt gehen darf. Schließlich ist sie erst fünf Monate alt. Eine weitere Reparatur ist dir lästig, weil es dir zu lange dauert. **Du gehst davon aus, dass das Gerät grundsätzlich nicht in Ordnung ist**.

Tipp:

Wenn du nicht mehr weiterweißt, kannst du die Verbraucherschutzzentrale um Rat fragen.



Szenario 2:

Spielkonsole zum zweiten Mal kaputt -
Rücktritt nach Nachbesserung

Deine Rolle:
Verkäufer / Verkäuferin in
einem Elektronik-Fachgeschäft

Deine Situation:

Ein Kunde oder eine Kundin beschwert sich schon zum zweiten Mal über eine Spielkonsole und möchte das Geld zurück.

Das machst du:

Du fragst, was passiert ist und erklärst, dass eine **weitere Reparatur** notwendig ist. Damit ist der Fehler behoben. Allerdings fragst du auch mal nach, ob die Spielkonsole denn richtig bedient wurde.

Deine Argumente:

Bevor es Geld zurück gibt, muss erst noch einmal repariert werden.

Tipp:

Du kannst die Filialleitung zur Hilfe holen.

Ablauf

- Die Schülerinnen und Schüler werden in Gruppen eingeteilt und bereiten Rollenspiele vor. Jede Gruppe erhält eine andere Situation:
- 1. Szenario – Pullover mit Wollknötchen (Minderung/Rücktritt)
- 2. Szenario – Spielekonsole zum zweiten Mal kaputt (Rücktritt nach Nachbesserung)
- 3. Szenario – kaputter Reißverschluss am Rucksack (Garantie)
- 4. Szenario – roter Turnschuh (Umtausch)
- Rollen: kaufende Person, Freundin/Freund, verkaufende Person, Filialleitung, Verbraucherschützer (diese Rolle kann von der Lehrkraft übernommen werden)
- Ergänzende Fragen: Originalverpackung, Gutschein, Internetbestellung



Wertebörse

37 Karten

- **Kategorien:**
- Soziales (9)
- Spaß (10)
- Alltagshelfer (11)
- Schule / Beruf (7)

Instagram	Zocken
TikTok	Youtube
Fotos mit anderen teilen	Fotos machen
mit Freunden schreiben	Videos machen

Erarbeitung

- 1. Schritt: Werte im Plenum besprechen und vorsortieren
- 2. Schritt: individuell wichtigste Aspekte notieren
- Welche Relevanz hat mein Smartphone für mein Sozialleben?
- Welche Bedürfnisse befriedigt mein Smartphone?
- Wodurch macht mein Smartphone mich glücklich(er)?

Navigation

Lernen

Online-Banking

Hilfe bei den
Hausaufgaben

Bahn-App

Recherche
z.B. für Referate

einkaufen

E-Mails

Zu betrachtende Aspekte

- Wie lange nutze ich mein Smartphone?
- Seit wann habe ich mein Smartphone?
- Wie viel Zeit verbringe ich mit dem Smartphone?
- Welche Apps nutze ich mit welchem Ziel?
- Wann hatte ich mein erstes Smartphone?
- Welche Begrenzungen bestehen in meiner Nutzung?



Wer hat's gesagt?

Beschreibung

- Inhalt: Neu kaufen oder reparieren? Was spricht wofür? Welche Argumente gibt es?
- Schilder für 2 Personen werden ausgelegt oder an die Tafel gehängt.
- 18 Sprechblasen mit verschiedenen Aussagen zu Neukauf oder Reparatur werden ausgelegt.
- Die Lernenden ordnen jede Aussage mit kurzer Begründung einer der beiden Personen zu.

2 Personen – Wer hat's gesagt?

Reparateur Herr Alleskönner:

Er ist gelernter Kfz-Mechaniker und liebt es, Elektrogeräte auseinander- und wieder zusammenzubauen.

Er repariert leidenschaftlich gerne. Und nicht nur, um die Umwelt zu schonen. Es ist einfach sein Hobby.

In seiner Freizeit arbeitet er ehrenamtlich in einem Repair-Café und konnte bisher fast alles reparieren.

Verkäufer Herr Großumsatz:

Er liebt es, Elektrogeräte zu verkaufen. Nicht nur, dass er dafür Provisionen erhält.

Er ist auch überzeugt von den angebotenen Produkten und Dienstleistungen und möchte den Käufern das Leben erleichtern.

Und natürlich freut er sich, wenn er im monatlichen Ranking seiner Filialkette unter den Top Ten der besten Verkäufer deutschlandweit landet.

Sprechblasen





Verbraucherzentrale

Fast Fashion - Modulbox



Konzept des Unterrichtsmaterials

- Zielgruppe: Sek I und II, empfohlen ab Klassenstufe 9
- Zeitlicher Umfang: 90 Minuten bis zum mehrtägigen Projekt
- Themengebiete: Allgemeiner und nachhaltiger Konsum; Medien und digitale Welt; Abfall und Ressourcenschutz; Wünsche und Bedürfnisse, Influencermarketing, Globale Herstellungsprozesse, Ressourcenschutz, Konsum am Beispiel von Kleidung

Konzept des Unterrichtsmaterials

- 11 Module
- Lernphasen zugeteilt
- Flexibel kombinierbar

Einstieg

M.1 Story meines Shirts (10 Min.)

M.2 Kleidung & Identität (10 Min.)

Erarbeitung

M.3 Fast Fashion durchschauen (15 Min.)

M.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen (30 Min.)

M.5 Quiz rund um Fast Fashion (15 Min.)

M.6 Jeansreise – ein Beispiel für globale Produktion (20 Min.)

M.7 Rollenspiel: Leute machen Kleider (25 Min.)

Transfer

M.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum (10 Min.)

M.9 Kleidung im Nachhaltigkeitscheck (15 Min.)

M.10 Schulprojekt: Alternativen zu Fast Fashion (15 Min.)

Abschluss

M.11 Story meines Shirts, Teil 2 (5 Min.)

Konzept des Unterrichtsmaterials

- Vorschläge für Kombinationsmöglichkeiten
- Anpassung an Schwerpunkte oder Dauer

Beispielhafte Kombinationen und Ablaufpläne

Die Module sind flexibel kombinierbar und können je nach Zeitrahmen und Schwerpunktsetzung unterschiedlich eingesetzt werden.

Nachfolgend werden vier beispielhafte Kombinationen dargestellt, die verschiedene inhaltliche Schwerpunkte setzen.

Kombination 1: 90 Minuten – Schwerpunkt Marketingstrategien

Kombination 2: 90 Minuten – Schwerpunkt Umweltauswirkungen

Kombination 3: 180 Minuten – ausführliche Unterrichtseinheit

Kombination 4: Projekttag(e) – flexibel und umfassend

Modul	Kombination			
	1	2	3	4
Einstieg				
M.1 Story meines Shirts (10 Min.)	x	x	x	x
M.2 Kleidung & Identität (20 Min.)	x		x	x
Erarbeitung				
M. 3 Fast Fashion durchschauen (15 Min.)	x	x	x	x
M.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen (30 Min.)	x		x	x
M.5 Quiz rund um Fast Fashion (15 Min.)		x	x	x
M.6 Jeansreise – ein Beispiel für globale Produktion (20 Min.)		x	x	x
M.7 Rollenspiel: Leute machen Kleider (25 Min.)			x	x
Transfer				
M.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum (10 Min.)	x	x	x	x
M.9 Kleidung im Nachhaltigkeitscheck (15 Min.)		x	x	x
M.10 Schulprojekt: Alternativen zu Fast Fashion (mind. 15 Min.)*	x		x	x
Abschluss				
M.11 Story meines Shirts, Teil 2 – Reflexion (5 Min.)	x	x	x	x

* Die Dauer von Modul M.10 „Schulprojekt: Alternativen zu Fast Fashion“ ist flexibel und kann je nach verfügbarer Zeit für eine kurze Ideensammlung oder ein ausführliches Projekt angepasst werden.

Download

- Gesamtes Angebot online
- Barrierefreie Dokumente
- Alle Arbeitsblätter einzeln
- Lizenz: Open Educational Resources (OER)

Materialien zum Download

Unterrichtsmaterial Modulbox →	Arbeitsmaterial 1: Story meines Shirts →
Arbeitsmaterial 2: Kleidung und Identität →	Arbeitsmaterial 3: Fast Fashion durchschauen →
Arbeitsmaterial 4: Marketingstrategien erkennen und verstehen →	Arbeitsmaterial 5: Quiz rund um Fast Fashion →
Arbeitsmaterial 6: Jeansreise – ein Beispiel für die globale Produktion →	Arbeitsmaterial 7: Rollenspiel Leute machen Kleider →
Arbeitsmaterial 8: Die Pyramide für nachhaltigen Konsum →	Arbeitsmaterial 9: Kleidung im Nachhaltigkeitscheck →
Arbeitsmaterial 10: Schulprojekt Fast Fashion →	Lösungsvorschlag zu 3: Fast Fashion durchschauen →
Lösungsvorschlag zu 4: Marketingstrategien erkennen und verstehen →	Lösungsvorschlag zu 8: Die Pyramide für nachhaltigen Konsum →
Alle Materialien in einer Datei →	


Übersichtliche Beschreibungen

- Separat für alle Module
- Knapp und strukturiert
- Kerninformationen: Dauer, Material, Lernziele, Beschreibung, Kernbotschaft

Durchführung der Module


In diesem Kapitel werden alle Module des Unterrichtsmaterials mit Angaben zu Dauer, Material, Inhalt, Lernzielen, Umsetzung und Kernbotschaft beschrieben. Die Module sind flexibel einsetzbar – einzeln oder kombiniert, passend zu Lerngruppe, Zeit und Schwerpunkten. Im Folgenden werden die Module vorgestellt.


M.1 Story meines Shirts


 **Dauer:** 10 Minuten

 **Material:** AM.1 Story meines Shirts

 **Inhalt:** Die Schüler:innen rekonstruieren anhand von Leitfragen den bisherigen Lebensweg ihres Shirts und halten zentrale Stationen schriftlich fest.

 **Lernziele:** Durch die Auseinandersetzung mit dem Lebensweg eines Kleidungsstücks sammeln die Schüler:innen erste Ideen zu globalen Zusammenhängen der Textilproduktion. Sie reflektieren, welche Ressourcen, Arbeitsbedingungen und Transportwege in einem einfachen Shirt stecken.


 **Beschreibung:** Jeder Schüler:in denkt mithilfe des Etiketts im Shirt über den individuellen Weg des eigenen Shirts nach und erstellt daraus eine kurze Geschichte: Wo wurde es hergestellt? Aus welchen Materialien besteht es? Wie kam es in den Kleiderschrank? Dabei helfen Impulsfragen auf dem Arbeitsmaterial AM.1 Story meines Shirts. Im Anschluss besteht die Möglichkeit zur freiwilligen Präsentation und einem kurzen Austausch über überraschende Erkenntnisse, Vermutungen oder Unklarheiten. Das Arbeitsmaterial wird im späteren Verlauf erneut aufgegriffen, um über die Zukunft des Kleidungsstücks nachzudenken (z. B. Weitergabe, Recycling, Upcycling oder Entsorgung).


 **Kernbotschaft:** Jedes Kleidungsstück erzählt eine globale Geschichte – und wir sind Teil davon.


M.2 Kleidung & Identität

 **Dauer:** 20 Minuten

 **Material:** AM. 2 Kleidung & Identität, Klebezettel oder kleine Zettel, ggf. Wäscheleine, Klammern oder Klebeband

 **Inhalt:** Die Schüler:innen setzen sich mit ihrer Kleidung als Ausdruck von Persönlichkeit, Erinnerungen und Bedürfnissen auseinander und reflektieren ihre individuelle Beziehung zu Mode.

 **Lernziele:** Durch die Auseinandersetzung mit persönlichen Aussagen zur eigenen Kleidung beschreiben die Schüler:innen, welche Rolle Mode im Alltag und in der Selbstwahrnehmung spielt. Dabei entwickeln sie erste Fragestellungen zu Konsumverhalten, gesellschaftlichen Normen und der Bedeutung von Kleidung für Identität und Zugehörigkeit.

 **Beschreibung:** An einer Wäscheleine oder im Raum sind mehrere Plakate mit Satzanfängen verteilt (siehe Arbeitsmaterial AM.2 Kleidung & Identität). Die Schüler:innen erhalten Klebezettel oder kleine Zettel, bewegen sich frei durch den Raum, lesen die Plakate und ergänzen mindestens drei der Aussagen schriftlich. Pro Zettel wird eine Aussage formuliert. Die Zettel werden direkt an die Plakate geklebt oder daneben gelegt. Im Anschluss findet ein stiller Galeriegang statt: Die Schüler:innen lesen die gesammelten Aussagen. Jede:r wählt zum Abschluss eine Aussage (nicht die eigene), die besonders anspricht oder zum Nachdenken anregt, und 88 nennt sie im Plenum.

Hintergrund- informationen

- 7 Seiten im Anhang der Toolbox
- Den einzelnen Modulen zugeordnet
- Angabe zusätzlicher vertiefender Quellen

Hintergrundinformationen

M.1 Story meines Shirts

Ein Shirt ist ein alltägliches Kleidungsstück, das in der Regel eine lange globale Reise hinter sich hat. Die Baumwolle stammt oft aus Ländern wie Indien, den USA oder Usbekistan, die Weiterverarbeitung – Spinnen, Weben, Färben, Nähen – erfolgt meist in asiatischen Billiglohnländern wie Bangladesch oder Vietnam. Danach wird das fertige Produkt nach Europa transportiert und verkauft.

Dabei stehen soziale und ökologische Probleme im Mittelpunkt: In den Produktionsländern arbeiten viele Menschen, häufig unter prekären Bedingungen mit niedrigen Löhnen, langen Arbeitszeiten und kaum Arbeitsschutz. Der Anbau und die Verarbeitung belasten zudem die Umwelt stark, etwa durch hohen Wasserverbrauch, Pestizide oder chemische Rückstände aus der Textilbehandlung.

Fast Fashion verschärft diese Probleme. Kleidung ist heute so günstig und schnell verfügbar, dass sie oft nur wenige Male getragen und dann aussortiert wird.

M.2 Kleidung & Identität

Mode spiegelt zum einen Stimmung und Geschmack wider, ist aber auch ein Ausdruck für Zugehörigkeit und Persönlichkeit. Kleidung und Mode hat in unterschiedlicher Weise für jeden eine andere Bedeutung und auch einen Wert. Viele möchten modisch sein und sich entsprechenden neuesten Trends kleiden, was auch dazu verleiten kann, ständig neue Kleidung zu kaufen, um eine große Auswahl zu haben. Die Kleidung kann an bestimmte Situationen angepasst werden und dabei einen bestimmten Stil ausdrücken. Auch wenn kein besonderes Interesse an Mode besteht, kann sich das in der Kleidung widerspiegeln. Gleichzeitig gibt es Schüler:innen, denen Nachhaltigkeit wichtig ist – sie achten beim Kleiderkauf auf ökologische Kriterien oder greifen bereits auf alternative Formen wie Secondhand, Tauschbörsen

oder Kleidertauschaktionen zurück. Darüber hinaus besitzen viele Menschen Kleidungsstücke, die eine persönliche Bedeutung haben, etwa als Erinnerung an ein besonderes Erlebnis. Solche Stücke werden emotional aufgeladen und symbolisieren individuelle Geschichten. Auch Redewendungen wie „Kleider machen Leute“ oder „Du bist, was du trägst“ verdeutlichen, welche soziale und persönliche Bedeutung Kleidung in unserer Gesellschaft hat.

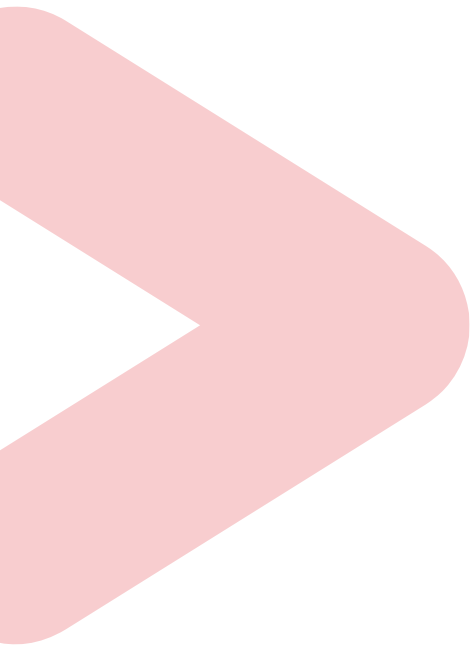
M.3 Fast Fashion durchschauen

Fast Fashion steht für ein Geschäftsmodell der Modeindustrie, das auf extrem schnelle, billige und massenhafte Produktion setzt. Ziel ist es, stets neue Modetrends aufzugreifen und innerhalb kürzester Zeit in großen Mengen auf den Markt zu bringen. Unternehmen wie Zara, H&M, Primark oder Shein bringen mittlerweile nicht nur saisonale, sondern monatliche oder sogar wöchentliche Kollektionen in den Handel – teils bis zu 24 pro Jahr.

Diese Mode wird zu sehr niedrigen Preisen verkauft, was es insbesondere Jugendlichen ermöglicht, sich regelmäßig neu einzukleiden und verschiedene Styles auszuprobieren. Gleichzeitig erzeugt dieses Modell einen sozialen Druck, ständig Neues zu besitzen, denn Kleidung, die nicht mehr „trendy“ ist, wird schnell als wertlos wahrgenommen. Das Gefühl, „nichts zum Anziehen zu haben“, obwohl der Schrank voll ist, wird durch Werbemechanismen und soziale Medien noch verstärkt.

Zentrale Kennzeichen von Fast Fashion:

- extrem günstige Preise
- schnelle Produktionszyklen (z. B. wöchentlich neue Ware)
- minderwertige Qualität (häufig Polyester oder Mischgewebe)
- Trend-Orientierung statt Langlebigkeit
- große Auswahl, schnell verfügbar



Module

M.1 Story meines Shirts – Hinweise zur Durchführung

M.1 Story meines Shirts



Dauer: 10 Minuten



Material: AM.1 Story meines Shirts




Inhalt: Die Schüler:innen rekonstruieren anhand von Leitfragen den bisherigen Lebensweg ihres Shirts und halten zentrale Stationen schriftlich fest.



Lernziele: Durch die Auseinandersetzung mit dem Lebensweg eines Kleidungsstücks sammeln die Schüler:innen erste Ideen zu globalen Zusammenhängen der Textilproduktion. Sie reflektieren, welche Ressourcen, Arbeitsbedingungen und Transportwege in einem einfachen Shirt stecken.


M.1 Story meines Shirts – Hinweise zur Durchführung


 **Beschreibung:** Jede:r Schüler:in denkt mithilfe des Etiketts im Shirt über den individuellen Weg des eigenen Shirts nach und erstellt daraus eine kurze Geschichte: Wo wurde es hergestellt? Aus welchen Materialien besteht es? Wie kam es in den Kleiderschrank? Dabei helfen Impulsfragen auf dem Arbeitsmaterial *AM.1 Story meines Shirts*. Im Anschluss besteht die Möglichkeit zur freiwilligen Präsentation und einem kurzen Austausch über überraschende Erkenntnisse, Vermutungen oder Unklarheiten.


Das Arbeitsmaterial wird im späteren Verlauf erneut aufgegriffen, um über die Zukunft des Kleidungsstücks nachzudenken (z. B. Weitergabe, Recycling, Upcycling oder Entsorgung).


 **Kernbotschaft:** Jedes Kleidungsstück erzählt eine globale Geschichte – und wir sind Teil davon.

M.2 Kleidung & Identität – Hinweise zur Durchführung


 **Dauer:** 20 Minuten

 **Material:** AM. 2 Kleidung & Identität,
Klebezettel oder kleine Zettel, ggf.
Wäscheleine, Klammern oder Klebeband

 **Inhalt:** Die Schüler:innen setzen sich mit ihrer
Kleidung als Ausdruck von Persönlichkeit,
Erinnerungen und Bedürfnissen auseinander
und reflektieren ihre individuelle Beziehung zu
Mode.


 **Lernziele:** Durch die Auseinandersetzung mit
persönlichen Aussagen zur eigenen Kleidung
beschreiben die Schüler:innen, welche Rolle
Mode im Alltag und in der Selbstwahrnehmung
spielt. Dabei entwickeln sie erste Fragestel-
lungen zu Konsumverhalten, gesellschaftlichen
Normen und der Bedeutung von Kleidung für
Identität und Zugehörigkeit.

M.2 Kleidung & Identität – Hinweise zur Durchführung

 **Beschreibung:** An einer Wäscheleine oder im Raum sind mehrere Plakate mit Satzanfängen verteilt (siehe Arbeitsmaterial *AM.2 Kleidung & Identität*). Die Schüler:innen erhalten Klebezettel oder kleine Zettel, bewegen sich frei durch den Raum, lesen die Plakate und ergänzen mindestens drei der Aussagen schriftlich. Pro Zettel wird eine Aussage formuliert. Die Zettel werden direkt an die Plakate geklebt oder daneben gelegt. Im Anschluss findet ein stiller Galeriegang statt: Die Schüler:innen lesen die gesammelten Aussagen. Jede:r wählt zum Abschluss eine

Aussage (nicht die eigene), die besonders anspricht oder zum Nachdenken anregt, und nennt sie im Plenum.


Die Lehrkraft greift zentrale Begriffe, Themen und Bedürfnisse aus den Aussagen auf (z. B. „Stil“, „Wohlfühlen“, „Erinnerung“, „Zugehörigkeit“, „Trends“) und notiert oder clustert sie sichtbar an der Tafel.

 **Kernbotschaft:** Kleidung ist mehr als Mode – sie spiegelt Identität, Werte und persönliche Geschichten wider.

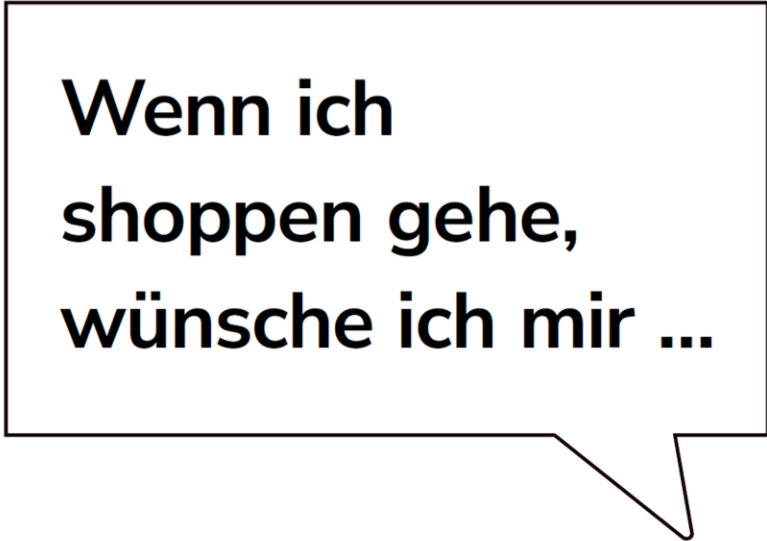
AM.2 Kleidung und Identität: Satzanfänge

- Kleidung bedeutet für mich...
- Kleidung ist mir wichtig, weil...
- Mein Lieblingskleidungsstück ist...
- Ich fühle mich wohl, wenn ich ... trage.
- Wenn ich shoppe gehe, wünsche ich mir...
- Dieses Kleidungsstück erinnert mich an... / Mit diesem Kleidungsstück verbinde ich ...

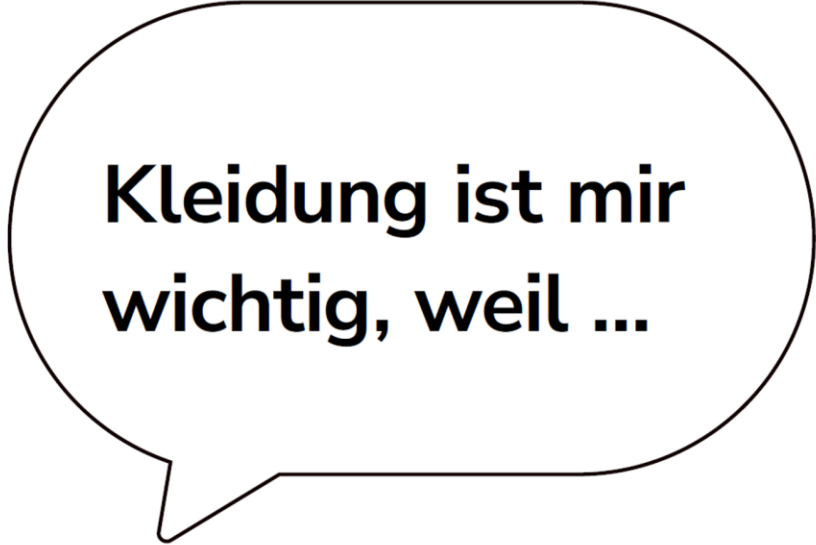
AM.2 Kleidung & Identität: Satzanfänge



**Kleidung
bedeutet
für mich ...**



**Wenn ich
shoppen gehe,
wünsche ich mir ...**



**Kleidung ist mir
wichtig, weil ...**

M.3 Fast Fashion durchschauen

- Dauer: 30 Minuten
- **Grundlage** für die folgenden Module
- Brainstorming zu Fast Fashion
- Video „Fast Fashion – Erklärbar“
- Zusammenfassung der Merkmale von Fast Fashion
- Kernbotschaft: Fast Fashion entwertet Kleidung – auf Kosten von Mensch und Umwelt.

AM.3 Fast Fashion durchschauen

Aufgabe 1: Was weißt du schon?

Bevor wir den Film schauen, notiere spontan, was dir zum Begriff „Fast Fashion“ einfällt:



Aufgabe 2: Film anschauen – Merkmale benennen

Schau dir den Film „Fast Fashion – Erklärbar“ (ca. 3 Minuten) an und notiere **drei bis vier Stichworte**, die deiner Meinung nach **typisch für Fast Fashion** sind:



Aufgabe 3: Was ist das Problem?

Überlege nach dem Film: Was ist problematisch an Fast Fashion? Notiere **mindestens zwei Probleme**, die dich persönlich besonders zum Nachdenken gebracht haben:



M.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen

- Dauer: 30 Minuten
- 3 Gruppen mit drei Themen
- Thema 1: Fashion-Hauls als Marketingstrategie (Mechanismen der Beeinflussung durch die Mode-Industrie)
- Thema 2: Fast Fashion & Social Media (Beeinflussung persönlicher Bedürfnisse)
- Thema 3: Fast Fashion & Nachhaltigkeit (Konsequenzen der eigenen Entscheidungen für die Umwelt)
- Methode: Think – Pair – Share (Einzelarbeit – Gruppenarbeit – Präsentation)
- Kernbotschaft: Ich lasse mich inspirieren, aber nicht manipulieren.

M.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen

Fast Fashion

AM.4 | Marketingstrategien erkennen und verstehen 1/6

AM.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen

Thema 1: Fashion-Hauls als Marketingstrategie

Aufgaben: Ihr arbeitet in Gruppen zu je einem Thema. Jeder bearbeitet die Aufgaben 1 bis 3 zunächst allein und macht sich Notizen. Danach tauscht ihr euch in der Gruppe aus und bearbeitet gemeinsam die Aufgaben 4 bis 6. Eure Ergebnisse werden später im Plenum vorgestellt.

Einzelarbeit (Aufgaben 1–3):

1. Beschreibe, was Influencerinnen trotz unterschiedlicher Themen gemeinsam haben. Was zeichnet sie aus?



2. Erkläre, warum Haul-Videos bei vielen Menschen so beliebt sind.



3. Nenne Kritikpunkte an Haul-Videos.



Hinweis

Ein „Haul“ ist ein Video, in dem Influencerinnen ihre aktuellen Einkäufe zeigen und bewerten. Oft geht es um Mode, aber auch um Beauty oder Lifestyle-Produkte.

Fast Fashion

AM.4 | Marketingstrategien erkennen und verstehen 2/6

Gruppenarbeit (Aufgaben 4–6):

4. Schaut euch gemeinsam mindestens ein Fashion-Haul-Video an. Notiert, was euch zum Nachkaufen motivieren könnte.





5. Beschreibt die Haltung gegenüber Kleidung und Konsum, die in diesen Videos vermittelt wird.



6. Welchen Einfluss haben Hauls auf euch persönlich? Beschreibt eure Haltung dazu.



M.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen

- **Fashion-Hauls**
- Influencer:innen wahrgenommen wie Freund:innen
- Normalisierung von z.T. massenhaftem Konsum
- Einfacher Nachkauf



M.4 Marketingstrategien erkennen und verstehen

- **Nachhaltigkeit**
- Fokus auf Eigenverantwortung und eigene Prozesse
- Keine unabhängige Zertifizierung



Optimierung der
Ressourceneffizienz

M.5 Quiz rund um Fast Fashion

- Dauer: 15 Minuten
- Das Quiz ist entweder als Präsentation mit PDFs spielbar (und damit auch offline) oder als Kahoot-Quiz (interaktives digitales Spiel)
- Ggf. kann auch eine Variante wie bei 1, 2 oder 3 gewählt werden (analog, mit Klebepunkten o.ä.)
- Für die Durchführung können verschiedene Varianten gewählt werden: Einzelmodus, Zweiergruppenmodus oder Kleingruppenmodus
- Kernbotschaft: Fast Fashion verursacht enorme Umweltschäden und bedeutet Ausbeutung von Menschen.

M.5 Quiz rund um Fast Fashion

Jetzt sind Sie am Buzzer!

Gemeinsam spielen wir einmal das Quiz im Schnelldurchlauf.



M.6 Jeansreise – ein Beispiel für die globale Produktion

- Dauer: 20 Minuten
- Schritte und Orte der Entstehung einer Jeans werden dargestellt.
- Es wird eine Weltkarte benötigt, die in die Mitte gelegt wird.
- Die Lerngruppe erhält 12 Karten mit den einzelnen Produktionsschritten.
- Es sollen die richtige Reihenfolge herausgefunden und die entsprechenden Orte auf der Weltkarte markiert und mit einem Wollknäuel verbunden werden.
- Dabei sollte ein Austausch über Gründe für diese Produktionsorte entstehen (billige Arbeitskräfte, spezielle Industrie, Ressourcenverfügbarkeit).
- Kernbotschaft: Fast Fashion verursacht enorme Umweltschäden und bedeutet Ausbeutung von Menschen.

M.6 Jeansreise – ein Beispiel für die globale Produktion



Baumwollernte

Die fertig gewachsene Baumwolle wird teilweise noch per Hand gepflückt. Das ist zwar aufwendiger als mit einer Maschine, dafür liefert das aber die sauberste Baumwolle in bester Qualität. Die Handerte dauert in etwa 90 bis 100 Tage.

Foto: Cotton harvesting south Ethiopia / Big H / Wikimedia Commons / CC BY-SA 4.0



Baumwollanbau

Jeans werden aus Baumwolle gemacht. Der Startpunkt unserer Reise sind deshalb die Baumwollfelder. Die Pflanzen wachsen in tropischen und subtropischen Gebieten unserer Erde, sie brauchen viel Sonne und Temperaturen von 18 bis 28 Grad. Damit die Baumwollpflanze gut wächst braucht sie viel Wasser. Die Baumwolle für unsere Jeans wird in **Indien** angebaut und geerntet.

Foto: Cotton Harvest / Kimberly Vandeman / Flickr / CC BY 2.0



Spinnen

Die geerntete Baumwolle wird nun weiter zu Garn verarbeitet. Das passiert in Spinnereien in denen die Baumwolle mit den Elastanfasern zu Fäden gesponnen wird. Diese Arbeit erledigen sehr moderne und teure Maschinen. Die stehen in der **Türkei**.



Synthetische Chemiefasern

Damit der Stoff am Ende dehnbar und pflegeleicht ist, muss zu der Baumwolle noch ein bisschen Elastan hinzugemischt werden. Das ist eine synthetische Kunstfaser und hilft, dabei, dass die Jeans am Ende schnell trocknet, reißfest ist und ihre Form behält.

Foto: Ineegra S Bobbini / Ineegrated / Wikimedia Commons /



Färben

Unsere Jeans hat eine dunkelblaue Farbe. Damit der fertige Stoff diese Farbe erhält wird er im nächsten Schritt gefärbt. Die Farbe wird in Polen hergestellt. Der Arbeitsschritt des Einfärbens passiert in Nordafrika, genauer gesagt in **Tunesien**.

Foto: Ahmedabad textile dyeing factory / grumbler / Flickr / CC BY-NC-SA 2.0



Weben

Das gesponnene Garn reist weiter zu einer Weberei in **China**. Dort wird es zu Stoff weiterverarbeitet.

Foto: Xintang, the Blue Jeans City / Jameschen2000 / Flickr / PDM 1.0



Vernähen

Jetzt wird unsere Jeans endlich zusammengenäht. Diese Arbeit, die von jungen Frauen gemacht wird und aufwendig ist, dauert recht lange. Deshalb passiert dieser Herstellungsschritt in Ländern in denen der Arbeitslohn für die Näherinnen sehr niedrig ist. In unserem Fall ist das in **Bangladesch**.

Foto: Maxon observation FIDH / Iambeboo / Wikimedia Commons /



Veredeln

Damit die Jeans nicht knittert und schön weich wird sind weitere Verarbeitungsschritte notwendig. Diese Schritte nennt man Ausrüstungsverfahren. Diese Verfahren finden in **Bulgarien** statt.



Schnittmuster

Es gibt viele unterschiedliche Jeansmodelle. Jedes Modell hat sein eigenes Schnittmuster. Das Schnittmuster für unsere Jeans kommt aus den **USA**.

Foto: DEM JEANS Sea-A-Long Part 2 / helly / Flickr / CC BY-SA 2.0



Waschanleitung

Die Waschanleitung, die in unsere Jeans eingenäht wird, kommt aus **Frankreich**.

Foto: Waschanleitung / Verbraucherzentrale NRW / CC BY-SA 4.0



Knöpfe und Nieten

Die Knöpfe und Nieten werden in **Italien** produziert.



Transport ins Verkaufsland

Die fertig genähte Jeans wird nun mit dem Schiff nach **Deutschland** transportiert. Hier wird sie nochmal gereinigt und dann in ein Zentrallager gebracht aus dem die Geschäfte ihre Waren beziehen.

Foto: 95 50Q2XGU20TBI2C3qGic / EU-Ukraine Cooperation / Flickr

M.6 Jeansreise – ein Beispiel für die globale Produktion



1

Baumwollanbau

Indien



2

Baumwollernte

Indien



3

Spinnen

Türkei



4

Synthetische
Chemiefasern



5

Färben

Tunesien



6

Weben

China

M.6 Jeansreise – ein Beispiel für die globale Produktion



7

Vernähen

Bangladesch



8

Veredeln

Bulgarien



9

Schnittmuster

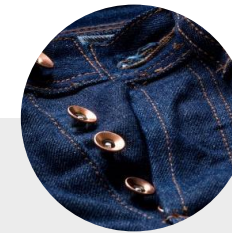
USA



10

Waschanleitung

Frankreich



11

Knöpfe & Nieten

Italien



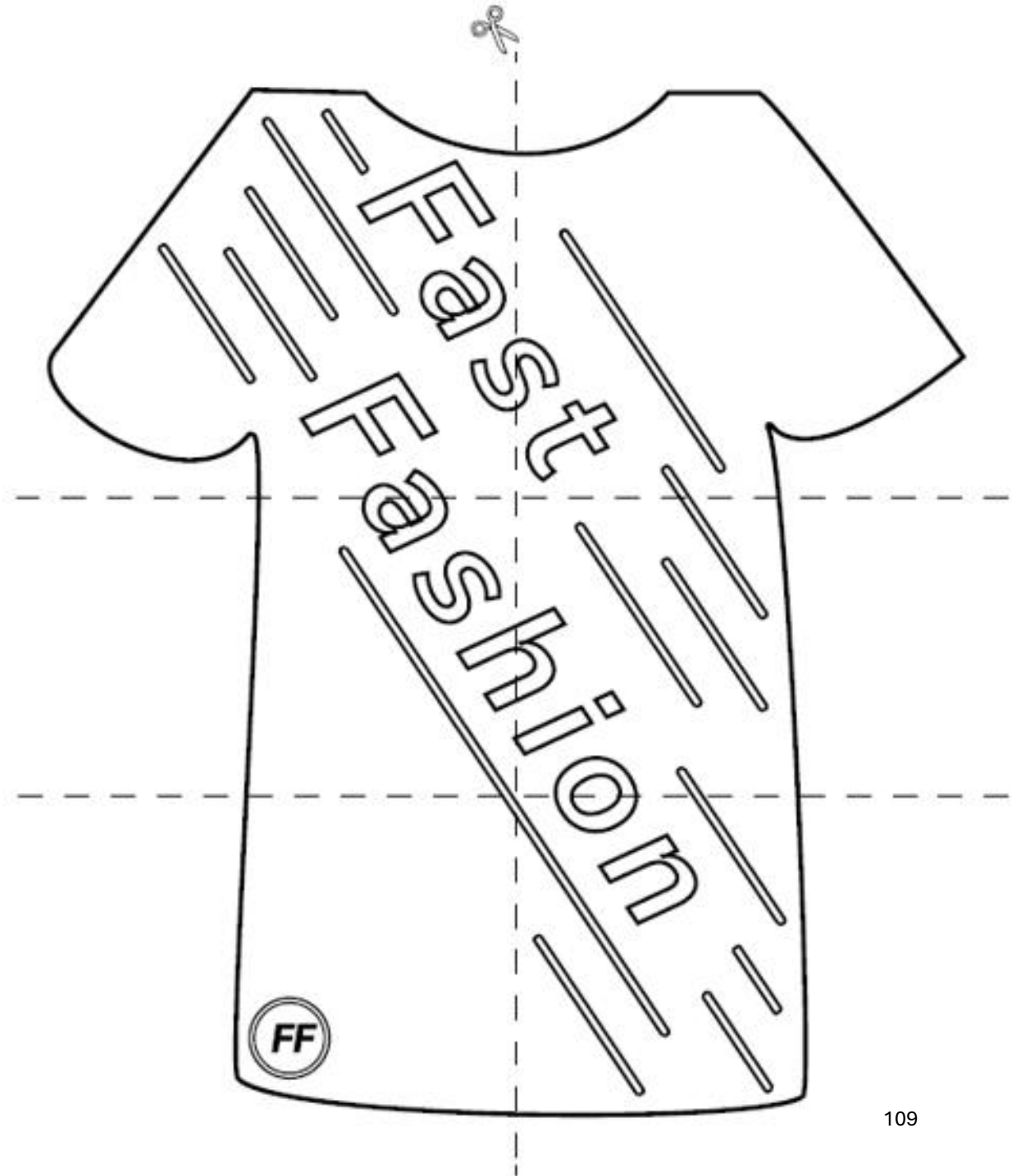
12

Transport ins
Verkaufsland

Deutschland

M.7 Rollenspiel: Leute machen Kleider

- Dauer: 25 Minuten
- Nachstellen des Produktionsprozesses
- Vermittlung der körperlichen und psychischen Belastung von Textilarbeiter:innen durch Zeitdruck
- Gemeinsame Reflexion der Erfahrung
- Kernbotschaft: Fast Fashion heißt Menschen ausbeuten.



M.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum

- Dauer: 10 Minuten
- Zuordnung der Stufen des nachhaltigen Konsums
- Kernbotschaft: Nachhaltiger Konsum bedeutet, Kleidung länger zu nutzen und weniger neu zu kaufen.

AM.8 Die Pyramide für nachhaltigen Konsum

Aufgabe: Baue die Pyramide zusammen.

Schneide die fünf Streifen auf Seite 1 aus. Lege sie in der richtigen Reihenfolge auf die Pyramide auf Seite 2 – von der häufigsten und nachhaltigsten Handlungsweise (unten) bis zur seltensten und am wenigsten nachhaltigen (oben). Wichtig: Klebe die Streifen erst fest, wenn ihr eure Lösung im Plenum verglichen habt.



M.9 Kleidung im Nachhaltigkeitscheck

- Dauer: 15 Minuten
- Pyramide kann selbst erarbeitet werden (M.8)
- Benennung 7 konkreter Beispiele zu den jeweiligen Stufen
- Kernbotschaft: Durch bewusste Entscheidungen im Alltag gelingt nachhaltiger Kleidungskonsum.



Welcher Pyramiden-Stufe würden Sie dieses Kleidungsstück zuordnen?



Fast Fashion & faire Smartphone-Nutzung



Welcher Pyramiden-Stufe würden Sie dieses Kleidungsstück zuordnen?



Welcher Pyramiden-Stufe würden Sie dieses Kleidungsstück zuordnen?



M.10 Schulprojekt: Alternativen zu Fast Fashion

- Dauer: ab 15 Minuten
- Umsetzen des Gelernten in konkrete Handlungen
- Beliebig ausweitbar (z.B. auch für eine Projektwoche)
- Vorstrukturierung aller Schritte
- Kernbotschaft: Gemeinsam können wir an der Schule aktiv werden und einen nachhaltigen Umgang mit Kleidung fördern.

AM.10 Schulprojekt Fast Fashion



Aufgabe: Entwickelt euer eigenes Projekt für nachhaltigen Kleidungskonsum an eurer Schule.

1. Projektidee: Welche Aktion wollt ihr starten (z. B. Kleidertausch, Flohmarkt, Upcycling, Give-Box)? Wie soll eure Aktion heißen?



2. Zielgruppe: Wer soll teilnehmen? (z. B. Schüler:innen, Lehrer:innen, Eltern/Familien)



3. Ziel: Was wollt ihr erreichen? (z. B. Kleidung länger nutzen, Ressourcen sparen)



4. Ablauf: Wann und wo soll euer Projekt stattfinden? Welche Schritte gibt es zu tun?



5. Organisation: Wer übernimmt welche Aufgaben? (z. B. Werbung, Vorbereitung, Durchführung)



6. Erfolg: Woran erkennt ihr, dass das Projekt gelungen ist?



M.11 Story meines Shirts, Teil 2

- Dauer: 5 Minuten
- Option: Bezug zum Einstieg in das Thema (M.1)
- Rückblick auf alle erarbeiteten Inhalte
- Erarbeitung von Möglichkeiten, das eigene Kleidungsstück länger und bewusster zu nutzen
- Bezug auf erarbeitete individuelle Werte
- Zusätzlicher Austausch über Ideen im Plenum
- Kernbotschaft: Ein nachhaltiger Umgang mit Kleidung beginnt bei mir – wie ich meine Kleidung wertschätze und nutze, entscheidet über ihre Zukunft.



Ergänzendes Material

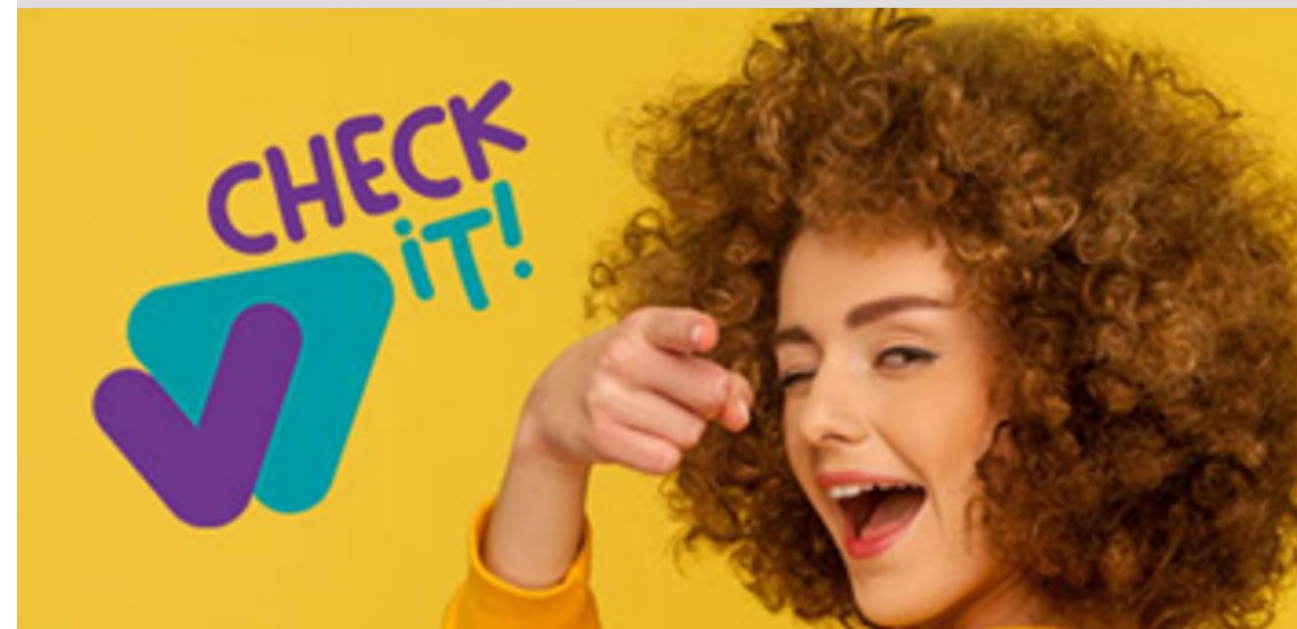
Weitere Bildungsangebote

- **V macht schlau – Podcast der Verbraucherzentralen für Schüler:innen**
- V macht schlau - Finanzen und Versicherungen



Weitere Bildungsangebote

- **Bildungsangebot des Verbraucherzentrale Bundesverbands**
- Fortbildungen für Lehrkräfte, Unterrichtsmaterial, Verbraucherschulen, Verbraucherchecker
- Zu finden unter:
www.verbraucherbildung.de



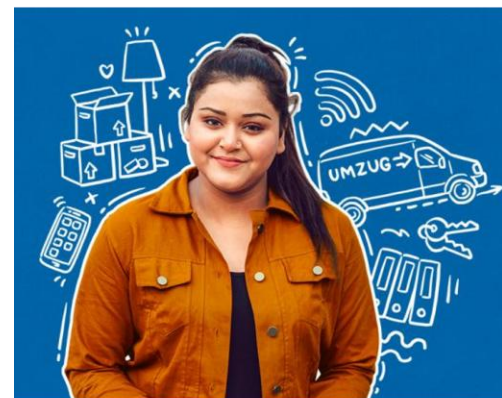
Weitere Bildungsangebote

- Fokuswoche Ziele (Termine im Mai)
- Online-Vorträge zu Themen zum Ende der Schulzeit
- www.verbraucherzentrale.de/fokuswoche-ziele

FOKUSWOCHE

ZIELE

Neue Wege. Nach der Schule.



Kartenspiel: play or die dumb



play or die dumb

Überleben im Verbraucheralltag





Zeit für Fragen



Feedback

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit & viel Spaß mit dem Material.

Verfasser:innen

Sabine Kuhlbusch

Wissenschaftliche Mitarbeiterin
VZ NRW

Bildnachweise:

S. 4, 6, 9, 11-13, 14-16, 21-23, 25, 30, 31, 33, 35, 42, 43, 45, 47, 49, 50, 53, 58, 62, 67, 68, 72, 73, 76, 77, 82, 83, 85-89, 91-95, 97, 98, 100, 104, 106-115, 118 – Verbraucherzentrale NRW; S. 119-121 – Verbraucherzentrale Bundesverband, S. 101 -Foto: Adobe Stock/ Kaspars Grinvalds, S. 102 - Foto oben: : H & M HENNES & MAURITZ B.V. & Co. KG, Foto mittig: : ZARA Deutschland B.V. & Co, Foto unten: Shein Group



Verbraucherzentrale