

9

Kreislauf

Von der Massenproduktion bis zur Textilsorgung – unsere Bekleidungsindustrie funktioniert wie eine Fabrikhalle! Die neuesten Kollektionen werden mit der Fokussierung auf den Markt der steigenden Preissenkernleistung und der wachsenden Müdigkeit angefertigt. Werden kreislauffähige Systeme entwickelt, Modedesigner*innen können dazu beitragen, indem sie bereits zu Beginn des Designprozesses die spätere Nutzung berücksichtigen. Die ersten kreislauffähigen Kleidungsstücke sind bereits auf dem Markt, doch der Weg zu komplett geschlossenen Systemen für die Bekleidungsindustrie ist noch lang. Mit bewussten Entscheidungen für Qualität statt Quantität können Verbraucher*innen und Modedesigner*innen ein Zeichen setzen gegen die schmelzende Modeindustrie.



Quelle: [https://www.berlin.de](#)

Kirsten Diekamp / Heike Derwanz

Fast Fashion in der Hochschule

Ein Gespräch zwischen Kulturwissenschaft und Business School

Kirsten Diekamp (KD), Professorin an der *Fachhochschule des Mittelstands* Bielefeld, und Heike Derwanz (HD), Professorin an der *Carl von Ossietzky Universität Oldenburg*, diskutierten über die Frage, wie Lehrende aus verschiedenen Fachrichtungen die Probleme der konventionellen Bekleidungsindustrie und Kriterien der Nachhaltigkeit unterrichten können. Wie stellen wir die globalisierte Textilwirtschaft kritisch dar? Mit welchen Quellen können wir arbeiten? Welchen Einfluss übt das Marketing auf das Konsumverhalten der Kund*innen aus? Und schließlich: Welche Methoden und Formate können wir nutzen, um mehrperspektivische Lehre zu ermöglichen?

KD: Ich bin Studiengangsleiterin der Bachelor-Studiengänge »Fashion Management« und »Fashion Design« an der *Fachhochschule des Mittelstands* in Bielefeld. Den Studierenden wird hier ein breites Spektrum an Hard- und Softskills vermittelt, die sie spezifisch auf die Mode- und Textilindustrie vorbereiten. Nachhaltigkeit ist dabei ein Querschnittsthema, das in vielen Modulen greift. So zum Beispiel in dem Grundlagenmodul »Modewirtschaft und Modemanagement«, in dem Basiswissen im Hinblick auf Unternehmens- und Managementstrategien in der Textil- und Modeindustrie vermittelt sowie das Thema Nachhaltigkeit grundlegend in diesem Kontext verankert wird. Im Modul »Marketing & Communication« werden das Konzept Nachhaltigkeit als marketingstrategisches Konzept sowie die mediale Aufbereitung des Themas analysiert und kritisch hinterfragt. Nochmals anders setzt das Modul »Internationales Management« an, indem unter anderem Fragen der globalen Beschaf-

fungsmärkte, der Supply Chain, der Logistik bis hin zu grundlegenden Fragen des Wirtschaftens sowie der Wirtschaftssysteme thematisiert werden. Unabhängig von der Integration des Themas Nachhaltigkeit in die verschiedenen Module unterrichten wir das Modul »Sustainability in Fashion« mit einer hohen Semesterwochenstundenzahl, wodurch die Wichtigkeit des Themas im Studiengang unterstrichen wird. Der Anspruch einer Fachhochschule ist es, und da unterscheiden wir uns sicherlich schwerpunktmäßig von der Universität, immer wieder die Praxis in die Lehre einzubinden, das Theoretische also anschlussfähig an die Praxis zu machen. Hier erörtern wir mit den Studierenden Best Practice Beispiele.

HD: Ich habe die Professur für Vermittlung Materielle Kultur an der *Universität Oldenburg*. Vermittlung bedeutet, dass ich im Bachelorstudiengang »Materielle Kultur« schulische und außerschulische Vermittlung lehre, also zum Beispiel an Museen, aber auch in Nicht-regierungsorganisationen (NGOs), Umweltzentren und anderen außerschulischen Bereichen. Gleichzeitig bin ich verantwortlich für die Lehramtsausbildung für das Schulfach »Textiles Gestalten« im Bachelor und Master of Education. In Niedersachsen bilden wir Textillehrer*innen für die Grundschule, aber auch Oberschule, also Haupt- und Realschule aus.

Ich selber forsche über Nachhaltigkeit und Fast Fashion und versuche diese Themen, gerade für das Fach »Textiles Gestalten«, fruchtbar zu machen. Wir haben in Oldenburg schon seit vielen Jahren in unserem Curriculum mehrere Module speziell zu Nachhaltigkeit, weil meine Vorgängerin Ingrid Köller schon in den 1990er-Jahren diesen Bereich als Verbraucherwissenschaft

Konsumierende ist ihnen ihre Rolle im Fast Fashion-Zeitalter bisher oft unklar.

KD: Aus meiner Sicht treibt das Phänomen Fast Fashion die Probleme und Auseinandersetzungen, die wir im Nachhaltigkeitsdiskurs eigentlich schon über Jahre vorfinden und bearbeiten, nochmals auf die Spitze. Dies betrifft eben nicht nur die Seite der Industrie, der Produktion, sondern auch immer die Seite der Konsumtion und damit auch der eigenen Reflexion und Verortung.

HD: Ich habe die ersten Quellen mit dem Begriff Fast Fashion in den 1990er-Jahren gefunden, Anfang der 2000er-Jahre. Dann ab 2004/2005 gab es immer mehr wissenschaftliche Literatur, in der der Begriff benutzt wurde. Ich habe diese Literatur in den verschiedenen Wirtschaftswissenschaften gefunden, vor allem im Marketing. Dort wird Fast Fashion als ein Modell beschrieben, das Mode schneller und effektiver produziert und zu den Kund*innen bringt. In meiner eigenen Forschung zeige ich, dass es nicht bei einem Produktions- und Marketingmodell geblieben ist. Auch der Konsum von Kleidung hat sich grundlegend durch Fast Fashion geändert, also was wir mit unserer Kleidung zu Hause tun, wie lange wir sie nutzen, wie wir sie aussortieren und was im Anschluss damit geschieht. All diese Alltagspraktiken haben sich bei vielen Konsumierenden im Zuge von Fast Fashion beschleunigt. Die Entsorgungssysteme ächzen inzwischen unter den Massen billiger Altkleider und Entrümpelungsratgeber haben Hochkonjunktur.

KD: Die Kritik an Fast Fashion ist gegenwärtig das Thema und es wird in den Medien der Eindruck vermittelt, als wenn es plötzlich aufgetaucht wäre. Dabei ist der Diskurs, die Auseinandersetzung mit nachhaltiger Kleidung, schon fast fünfzig Jahre alt. Im Zuge der gesellschaftlich-politischen Bewegungen der 1970er-Jahre haben sich erste Unternehmen wie *Hess Natur* oder *Maas* mit dem Thema »Ökologie und Kleidung« auseinandergesetzt und Alternativen zur konventionellen Bekleidung/Mode auf den Markt gebracht. Auf wissenschaftstheoretischer Ebene wurde das Themenfeld »Nachhaltigkeit« zunächst über einen naturwissenschaftlichen Zugang, über Ansätze in der Biologie bzw. Ökologie und Umweltforschung aufbereitet. Erst Anfang bis Mitte der 1990er-Jahre rückte der Begriff Nachhaltigkeit überhaupt in das Zentrum der Aufmerksamkeit sowie Auseinandersetzungen und eröffnete die Möglichkeit, kultur- und sozialwissenschaftliche Perspektiven in die Diskussion zu integrieren. Die Situation verschärft sich seitdem weiter und Fast Fashion lese ich als Spitze des Eisbergs einer gesamten Entwicklung, die die Textil- und Modebranche extrem in den letzten Jahren genommen hat und die sich zunehmend problematisch zum Thema Nachhaltigkeit stellt. Für uns als Lehrende bedeutet dies nun, dass wir Diskurse, Diskussionen aus verschiedenen Wissenschaftsdisziplinen mit ganz verschiedenen Ansätzen und Schwerpunktsetzungen berücksichtigen müssen. Wir sind deshalb mit einer enormen Multidimensionalität und Perspektivvielfalt konfrontiert: Wo und wie sollten wir hier als Lehrende ansetzen?

Abb. 3: Die Sustainable Development Goals der UN thematisieren viele Bereiche der Produktion und Konsumtion von Kleidung.



HD: Wenn wir Fast Fashion also in Forschung und Lehre thematisieren, dann ist das gleich so komplex, dass wir uns angewöhnen sollten, unseren Zugang offenzulegen, beispielsweise die Sozial- und Wirtschaftsgeschichte der Textilindustrie oder soziologische Themen, wenn es um Konsumgesellschaft geht. Die verflochtenen globalen Zusammenhänge darzustellen, ist nach den 17 international geltenden »Nachhaltigen Entwicklungszielen« (Sustainable Development Goals, SDGs) der UN (Abb. 3) eine Verpflichtung durch die Kultusministerkonferenz. Leider wird hier aber Bekleidung als Themenbereich nicht selbst benannt. Das ist für mich ein Beispiel dafür, dass Kleidung und Mode immer noch nicht ernst genug genommen wurden.

KD: Kleidung wird als Thema stark marginalisiert oder gar nicht berücksichtigt, obwohl der weltweite Umsatz mit Kleidung/Mode enorm ist. Das Konzept der UN bietet aber ein breites Spektrum zur Aufarbeitung des sehr komplexen Themas der Nachhaltigkeit von Mode und viele Möglichkeiten, dieses Thema didaktisch zu behandeln. Die Aspekte der sozial-ethischen Kriterien im Bekleidungsbereich, verfahrens- und materialtechnische Fragen, Transport- und Logistikmanagement, bis hin zu Fragen der Gesetzesvorschriften finden sich alle in den SDGs.

HD: Egal, wessen Studierende es sind, der Transfer in die Lehre und der berufliche Bezug sind sehr gut zu erkennen bei Analysen der Firma *Zara*. Denn es handelt sich um eine Firma, die einen sehr großen Bekanntheitsgrad unter unseren Studierenden hat und zu der es schon einige Studien zu diesen Themen gibt. Wir können auf ein Portfolio an Studien zurückgreifen, weil sich diese Firma für Forschungen frühzeitig geöffnet hat. Ich finde, das sieht bei *H&M* anders aus. Da gibt es zwar ein paar ältere Studien, aber es ist nicht so, dass *H&M* zum Beispiel Forscher*innen zu Besichtigungen einlädt.

KD: Insgesamt ist es nicht einfach, Studien oder überhaupt verlässliche Quellen über Unternehmen zu finden. Worauf können wir als Lehrende zurückgreifen? Ziel kann es zunächst sein, die Studierenden aufzufordern, kritisch mit Quellen jeglicher Art umzugehen und diese einschätzen zu lernen.

HD: Mir ist als Kulturwissenschaftlerin mit Hintergrund in der Wirtschaftsethnologie aufgefallen, dass die wirtschaftswissenschaftliche Literatur zu Fast Fashion die kompletten sozialen und ökologischen Kosten, ich sage bewusst Kosten, ausklammert und damit auch die weltweiten Folgen ihrer Produktion, weil sie nicht in einem Geldwert beziffert werden. Beziffert und damit bepreist werden Arbeitslohn, Rohstoffe, Transportwege und so weiter. Und gerade bei *Zara* ist mir in den Studien aufgefallen, und deswegen finde ich die für uns so spannend, dass dort aus Perspektive der Firmen und Wirtschaftswissenschaften das Modell Fast Fashion aufgrund der Produktionssteigerung gefeiert wird. Ich schätze die meisten wirtschaftswissenschaftlichen Studien so ein.

KD: Ja, Stichwort »feiern«. In unserem Wirtschaftssystem wird hauptsächlich das Wachstum von Umsatz und Gewinn »gefeiert«. Hier punktet *Zara* unter anderem durch seine vertikalen Strukturen sowie durch die teilweise Rückverlagerung der Produktion aus dem asiatischen in den europäischen Raum. Das führt durch den kürzeren Transportweg zu einer Reduktion des CO₂-Ausstoßes und hat einen gewissen Nachhaltigkeits-Effekt. Entscheidend für das Unternehmen ist unterm Strich jedoch die dadurch entstehende Zeit- und Kostenersparnis; beides Kennzeichen der Fast Fashion und letztlich auch ein positives Rechenmodell für das Unternehmen.

HD: Das heißt für unsere Lehre, und hier möchte ich an Ihre Aussage anschließen, wir müssen zunächst quellenkritisches Arbeiten lehren, was eine zentrale Kompetenz der Hochschulen und Universitäten ist. Wir können also einmal mit vorhandenen Studien zu beispielsweise *Zara* arbeiten und damit die Studierenden dazu bringen zu hinterfragen, welches Bild hier vermittelt wird. Geht es vielleicht doch in Richtung *Green Washing*, was hier passiert?

KD: *Green Washing* kann als inhaltlicher Ausgangspunkt einer kritischen Herangehensweise und Analyse genutzt werden, beschreibt es doch letztlich eine Diskrepanz zwischen bekundetem und tatsächlichem Handeln von Unternehmen. Indem wir verschiedene Modeunternehmen mit Blick auf Nachhaltigkeit analysieren, arbeiten wir auch vergleichend. Dabei gilt es grundsätzlich zu klären, welches Konzept von Nach-

haltigkeit in den Unternehmen überhaupt gefahren wird und welche Kriterien in Bezug auf Nachhaltigkeit umgesetzt werden. Es gibt Unternehmen, die partiell Einzelteile nachhaltig herstellen oder ausgewählte Kollektionen anbieten, und solche, die konsequent ausschließlich nachhaltige Kleidung im Portfolio haben. In einem zweiten Schritt vergleichen wir dann, welche Kriterien Unternehmen anlegen: Bezieht sich die Kennzeichnung »nachhaltig« auf das Material, auf ökologische Fasern, auf eine Verfahrens- und Produktionstechnik im geschlossenen Kreislauf, auf sozial-ethische Kriterien, auf den Gedanken der lokalen Produktion, auf die Verminderung der CO₂-Emission oder worauf? Und sicherlich wichtig ist die Frage, in welchem Markt das Unternehmen generell tätig ist: im Massenmarkt, im Nischenmarkt? Bemüht sich das Unternehmen um alternative Produktions- und Wirtschaftsweisen, um die Schnelligkeit und Vielfalt von Kollektionszyklen zu reduzieren, oder will es sogar die Frage der Gewinn-generierung neu bzw. anders denken?

HD: Neben dieser wirtschaftswissenschaftlichen und, ich nenne es jetzt mal positivistischen Auffassung von Fast Fashion als ein effektives, tolles Wirtschaftsmodell, hat sich seit mindestens 2005 eine zweite Schiene der *Sustainable Fashion Studies* gebildet. Sie zeigt an Beispielen ein anderes Produktions- und Konsumtionsverhalten. Ich nenne diesen Bereich *Sustainability and Fashion* oder *Sustainable Fashion* und dazu gehören einige englischsprachige Journale wie zum Beispiel *Sustainability*. Der Bereich hat sich aus den Mode- und Kunsthochschulen entwickelt, natürlich fällt mir dazu der Name Kate Fletcher¹ ein, aber es gruppieren sich noch weitere Personen darum, z. B. einzelne britische oder skandinavische Forscher*innen², bei denen man nach positiven Beispielen und kritischen Studien suchen kann.³ Wir können heute also auch mit Positiv-Studien arbeiten, die zeigen, dass sich Nachhaltigkeit sehr wohl ökonomisch eignet.

KD: Fast Fashion lese ich als eine Entwicklung in der Modebranche, bei der nachhaltige Kleidung einen Gegenpol zu konventioneller Kleidung setzt. Dabei geht es immer um die Perspektive auf Produktion und Konsumtion, wo wir zunächst nach grundsätzlichen Mechanismen fragen. Um in diesem Zusammenhang nochmals anzuschließen an den englischsprachigen Raum, möchte ich ergänzend Sandy Black, Professorin

am *London College of Fashion* nennen, die mit ihrem Buch »Eco-Fashion. The Fashion Paradox« grundsätzliche Fragen im Bereich der Modeproduktion und -konsumtion aufwirft. Nachhaltigkeit in der Modeindustrie führt zu einem Überdenken bestehender Strukturen und fordert zu einer kritischen Auseinandersetzung mit unserem Wirtschaftssystem auf. Das geht soweit, dass wir grundsätzliche Fragen des Post-Wachstums und des Postkolonialen anschlussfähig machen müssen.

HD: Ja. Möglich wird das Ganze aus Sicht der Kulturwissenschaften dadurch, dass dieses Wirtschaftssystem postkolonial geprägt ist. Im Postkolonialismus ist es eben möglich, irgendwo auf der Welt Menschen zu finden, die unter ihrem Existenzlohn arbeiten. Gleichzeitig können damit die Konsumierenden im globalen Norden ihre Verantwortung ausblenden und die postkoloniale Weltordnung mit jedem Kauf akzeptieren und reproduzieren.

Damit haben Sie gerade eine dritte Lösung für unsere übergreifende Frage genannt. Was heißt das jetzt für die Lehre? Bisher haben wir die Arbeit mit Studien und Medien diskutiert. Wir hatten damit als erste Strategie das Arbeiten an konkreten Fallbeispielen und zweitens mit Vergleichen festgehalten. Jetzt haben wir die historische Perspektive, das Koloniale, bzw. Postkoloniale eingebracht. Das wäre die dritte Strategie. Sie liefert einen guten Ansatzpunkt, um die wirtschaftliche Rechnung offenzulegen, in der bis heute soziale und ökologische Aspekte der Produktion unberücksichtigt bleiben. Ich möchte zusätzlich noch die Analyse von realen Bekleidungsstücken anstatt Unternehmen als objektbasierte Methode hinzufügen.

Ein solch umfangreiches Lernen kann man nur in der Projektlehre umsetzen. Begeistert hat mich zum Beispiel Martina Glomb von der *Hochschule Hannover*, die als Studierendenprojekt die Ausstellung »Useless« im Bremer *Hafenmuseum* realisiert hat. Ein anderes beeindruckendes Beispiel ist für mich der »Buy Good Stuff«-Einkaufsführer, den Elisabeth Hackspiel-Mikosch seit 2014 mit Studierenden der *AMD Akademie Mode & Design* entwickelt hat. Es gibt ihn inzwischen für verschiedene Städte und er ist nun sogar als App erschienen. Der Aufwand muss enorm gewesen sein, man muss evtl. für solche Formate neue Module schaffen.



Abb. 4/5: Zwei Recyclingprojekte der Geniale 2017, Bielefeld.

KD: Wir arbeiten viel in Projekten, auch weil einige Module mit einer sogenannten berufspraktischen Übung abgeschlossen werden. Als Beispiel kann ich ein Recyclingprojekt nennen, das wir gemeinsam bei einer Veranstaltung in Bielefeld, der *Geniale*, durchgeführt haben (Abb. 4/5). Konsument*innen konnten Kleidungsstücke, die sie nicht mehr trugen, mitbringen und umgestalten, um diese so wieder in ihren alltäglichen textilen Nutzungskreislauf zu integrieren.

Ähnlich gehe ich im Modul »Fashion: Ästhetik- und Designtheorie« vor. Hier setzen wir uns unter anderem mit individuellen Inszenierungsstrategien auseinander, was ich gerne mit einer Kleiderschrankrecherche verbinde. Die Studierenden sollen versuchen, nicht getragene Kleidungsstücke über Umgestalten oder Kombinieren neu zu entdecken und wieder aktiv nutzbar zu machen. Dies ist ein weiterer Gedanke von Nachhaltigkeit.

HD: Während meiner Zeit an der *HafenCity Universität* in Hamburg habe ich ein Service-Learning Projektseminar gehalten. Firmen wie eine Kleiderkammer oder die damals noch existierende Kleiderbibliothek *Kleiderei* haben ihre realen Probleme den Studierenden als Aufgaben mitgegeben. Am Ende gab es dann eine große Präsentation mit allen Praxispartner*innen und einige Projekte konnten umgesetzt werden. Für mich ist es besonders motivierend, wenn die Stu-



Abb. 6: Lernstation »Textilsiegel« der Slow Fashion Lernkiste, Oldenburg 2018.



Abb. 7: Vier Strategien der Lehre im Bereich Nachhaltigkeit und Kleidung.

dierenden zum einen an realen Praxisaufgaben aus dem Feld und zum anderen selbst gesuchte Themen im Sinne des »Forschenden Lernens« bearbeiten. Im letzten Jahr habe ich mit dem Verein *Eine Welt in der Schule*, der seit Jahrzehnten Lernkisten an Grundschulen verschickt, zusammengearbeitet und eine Slow Fashion Lernkiste im Seminar gebaut (Abb. 6). Für mich machen solche Projekte sehr viel Sinn, denn gerade durch schulische Bildung oder unsere berufsbildenden Institutionen sind wir starke Multiplikator*innen.

Unser Ziel ist es, mit der heutigen Modebranche, mit der heutigen Bekleidungsproduktion und -konsumtion kritisch umzugehen und Probleme in der Lehre klar zu benennen. Und das ist der erste Punkt, sich die eigene Haltung als Lehrende klar zu machen. Dann haben wir vier ganz konkrete Strategien genannt (Abb. 7), wie man zu dem interdisziplinären multidimensionalen Problem Fast-Fashion unterrichten kann. Aber dafür müssen wir evtl. neue Rahmenbedingungen innerhalb der Studienstrukturen schaffen und erreichen, dass die Studierenden aktiviert werden und eben in Schulen, Institutionen oder Unternehmen selbst zu Multiplikator*innen werden.

KD: Unsere Intention sollte es sein, kritisch und breit gefächert zu dem Thema zu lehren mit einer didaktischen Aufbereitung, die Studierende im Nachgang motiviert, dies auch in die Praxis umzusetzen. Dafür brauchen wir nicht nur inhaltlich qualitätsvolles Material, sondern auch interessante praxisorientierte Projekte, die Studierende dazu anhalten, eine Umsetzung in ihrem zukünftigen Berufsfeld zu suchen.

HD: Das heißt auch, wir brauchen noch viel mehr Daten und Publikationen und auch Projekte, die diese Mechanismen beschreiben. Wir müssen uns und die Studierenden noch besser vorbereiten. Also könnte man unter dem Strich sagen, man müsste die aktiv forschenden Personen zusammenbringen und mit ihnen einen Grundlagenleitfaden für die Implementierung von Nachhaltigkeit als Thema in Bezug auf Bekleidung für Hochschulen, Schulen und Universitäten machen.

KD: Wir sollten einen Expertenzirkel gründen; Austausch suchen sowie lehr- und lernbare Konzepte in einer breiten, grundlegenden Perspektive entwickeln. Im universitären oder Bildungsbereich sehe ich da auch sehr starken Nachholbedarf.

Zusammenfassung

Nachhaltigkeit ist als Themengebiet an allen Hochschulen in die Lehre zu Textil integriert. Doch das Thema ist nicht nur multidimensional und mehrperspektivisch, sondern auch mit einer Haltung verbunden. Im Gespräch zwischen zwei Lehrenden geht es um eine kritische Lehrweise zum Phänomen Fast Fashion. Vier konkrete Lehrstrategien werden vorgestellt und diskutiert, um die Studierenden zu Multiplikator*innen der Nachhaltigkeit in Schulen, Institutionen und Unternehmen auszubilden.

Summary

One of the key issues of today's textile education is sustainability. But the issue is not only multidimensional but also connected to an attitude towards textiles, society and the environment. The interview discusses a critical way of teaching about fast fashion production and consumption. Four strategies for teaching are presented to enable students to critically circulate sustainability issues in schools, institutions and business.

Anmerkungen

- 1 Kate Fletcher ist Professorin für Nachhaltigkeit, Design und Mode an der *University of the Arts in London*. Ab 2008 hat sie die einflussreichsten Publikationen zum Themenbereich Modedesign und Nachhaltigkeit herausgebracht und damit das Forschungsfeld definiert, unter anderem z. B. FLETCHER, Kate: *Sustainable Fashion and Textiles. Design Journeys*, London 2008; DIES./GROSE, Linda: *Fashion and Sustainability. Design for Change*, London 2012 und DIES./THAM, Mathilda: *The Handbook of Sustainability and Fashion* London/New York 2014.
- 2 Zu nennen sind unter anderem Sandy Black mit Büchern BLACK, Sandy: *Eco-Chic. The Fashion Paradox*, London 2008 oder DIES.: *Sustainable Fashion Handbook*, London/New York 2013, die mit Kate Fletcher am *Centre for Sustainable Fashion* an der *UAL* in London arbeitet sowie Amy Twigger Holroyd von der *Nottingham Trent University*. In den skandinavischen Ländern sind Ingun Grimstad Klepp und Kirsi Laitala mit zahlreichen Publikationen von der *Oslo Metropolitan University* sowie Kirsi Niinimäki mit ihrem Buch NIINIMÄKI, Kirsi: *Sustainable Fashion. New Approaches* Helsinki 2013, oder DIES.: *Sustainable Fashion in a Circular Economy*, Aalto 2018 von der *Universität Aalto*, wo sie die Forschungsgruppe zu *Fashion/Textiles Futures* führt, zu nennen. Hinzuzufügen ist auch die australische Design-Professorin Alison Gwilt mit ihren zwei Büchern.
- 3 Hier denke ich vor allem an das *Local Wisdom*-Projekt von Kate Fletcher und Tim Rissanens Arbeiten zu *Zero Waste Fashion Design*. Zugleich publizieren viele NGOs, wie *Greenpeace* oder die *Christliche Initiative Romero* (z. B. im Dossier zu *Fast Fashion 2019*) kritische Daten und nicht zuletzt *Femnet*, die nicht nur Studien, sondern auch pädagogisches Material liefern.

Quellen

- Sustainable Development Goals:
<https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs>, 10.12.2020.
- Femnet:
<https://femnet.de/index.php/femnet-materialien/753-fair-fashion-guide>, 10.12.2020.
- Christliche Initiative Romero: Dossier Fast Fashion (2019):
<https://www.ci-romero.de/produkt/dossier-fast-fashion/>, 10.12.2020.
- Greenpeace: Wegwerfware Kleidung (2015)
https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20151123_greenpeace_modekonsum_flyer.pdf, 10.12.2020.
- InNaBe: Schlussbericht »Slow Fashion« (2019)
http://www.innabe.de/fileadmin/Innabe/Literatur/InNaBe_Schlussbericht.pdf, 10.12.2020.
- Bundeszentrale für Politische Bildung:
<https://www.bpb.de/gesellschaft/bildung/kulturelle-bildung/199041/mode>, 10.12.2020.
- Fair Fashion Guide Bonn:
<https://saubere-kleidung.de/2017/09/bonner-einkaufsfuehrer-fuer-faire-mode/>, 10.12.2020.

Ausstellungen

- Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode. (Wanderausstellung vom Kunst- und Gewerbemuseum Hamburg: 20.03.2015–20.09.2015): aktuell Museum Europäischer Kulturen in Berlin: 27.09.2019–31.01.2021.
- Useless. Slow Fashion gegen Verschwendung und hässliche Kleidung. (Wanderausstellung vom Hafenumuseum Bremen: 22.03.2019–20.10.2019 und Klima Arena Sinsheim: 22.08.2020–07.02.2021).

Bildnachweis

- Abb. 1: Foto: Tom Wesse
- Abb. 2/6: Foto: Heike Derwanz
- Abb. 3: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/nachhaltigkeitsziele-verstaendlich-erklart-232174>, 10.12.2020.
- Abb. 4/5: Foto: Kirsten Diekamp
- Abb. 7: Eigene Darstellung: Heike Derwanz