WISE FASHION

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Lernmöglichkeiten zur Optimierung von Fähigkeiten in der Anwendung von Recyclingmode hin zu einer abfallbewussten Industrie – WISE FASHION

Module

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Inhaltsverzeichnis

Module

01 Thema: Einführung in Recyclingmode, unternehmerisches Denken und Innovation

Seite 3

02 Grundlagen des Designs für Recyclingmode

Seite 12

03 Seite „Produktionstechniken, Upcycling, Beschaffung und Einkauf von Recyclingmaterialien“

Seite 30

04 Marken mit Sinn: Marketingstrategien für Unternehmer im Bereich recycelter Mode (Seite)

Seite 49

05 Ethik der recycelten Mode

Seite 71

WISE FASHION

Lernmöglichkeiten zur Optimierung von Fähigkeiten in Anwendungen für recycelte Mode hin zu einer abfallbewussten Industrie

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Thema: Einführung in Recyclingmode, unternehmerisches Denken und Innovation

Erstellt von: ASDIT

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Einführung in Recyclingmode, unternehmerisches Denken und Innovation

1. Einleitung:

Die globale Modeindustrie trägt in ihrer jetzigen Form maßgeblich zu Abfall und Umweltverschmutzung bei. Sie ist für rund 10 % der globalen CO_2-Emissionen und 20 % des Wasserverbrauchs verantwortlich (Niinimäki et al., 2020). Der Trend zu schnellem Konsum und Fast Fashion hat Probleme wie schlechte Arbeitsbedingungen, Überproduktion und Ressourcenknappheit verschärft. Recycelte Mode bietet hier eine Alternative, indem sie Wiederverwendung, Upcycling und Kreislaufwirtschaft fördert. So entsteht recycelte Mode als Verbindung von kreativer Innovation und Umweltverantwortung. Sie verwandelt ausrangierte Kleidungsstücke und Textilien in modische Artikel. Zusammen mit dem wachsenden Umweltbewusstsein junger Menschen und von Jugendlichen getragenen Initiativen für nachhaltige Mode trägt dies zur Abfallreduzierung bei und fördert gleichzeitig das Unternehmertum auf lokaler Ebene (Chen et al., 2021).

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Einführung in Recyclingmode, unternehmerisches Denken und Innovation

2. Theoretischer Rahmen

Das Konzept der recycelten Mode basiert auf dem Modell der Kreislaufwirtschaft, das darauf abzielt, Abfall durch Reparatur, Wiederverwendung und Materialrückgewinnung zu minimieren (Geissdoerfer et al., 2017). Dies beinhaltet die Entwicklung von Kleidungsstücken, die recycelbar und langlebig sind, indem biologisch abbaubare und recycelte Materialien verwendet werden (Ellen MacArthur Foundation, 2019). Darüber hinaus ist unternehmerisches Denken – geprägt von Neugier, Resilienz, dem Erkennen von Chancen und der Wertschöpfung (Kuratko et al., 2021) – zentral für die Umsetzung innovativer Nachhaltigkeitspraktiken. Junge Unternehmer im Bereich recycelter Mode verbinden ökologische Ethik mit Marktfähigkeit und zeigen damit, dass Profitabilität und Umweltverantwortung vereinbar sind.

Innovationen im Bereich Recyclingmode basieren ebenfalls auf dem Design-Thinking-Ansatz (Brown, 2009), der Empathie, Experimentierfreude und iterative Problemlösung betont. Mithilfe von Design Thinking können junge Menschen Abfallmaterialien als kreative Ressourcen neu entdecken und ausrangierte Produkte in neue Nutzungszyklen überführen.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

EİNFÜHRUNG İN RECYCLİNGMODE UND UNTERNEHMERİSCHES DENKEN UND INNOVATİON

3. Geschichte der Recyclingmode

Die Wiederverwendung von Textilien ist kein neues Phänomen und reicht Jahrhunderte zurück. Traditionell wurde Kleidung repariert, umfunktioniert oder weitergegeben, anstatt weggeworfen zu werden. Durch die Industrialisierung und die Erfindung synthetischer Fasern im 20. Jahrhundert veränderten sich die Konsummuster jedoch dramatisch (Fletcher, 2014). Das Konzept der recycelten Mode entstand in den 1990er-Jahren und parallel zum Wachstum umweltbewusster Bewegungen. Um diese Praxis zu verbreiten, waren digitale Plattformen und Umweltaktivismus nötig, die erst im 21. Jahrhundert Einzug hielten. Marken wie Patagonia und Stella McCartney leisteten Pionierarbeit mit Rücknahmeprogrammen und der Entwicklung umweltfreundlicher Materialien (Pedersen & Andersen, 2015).
Parallel zu diesen Entwicklungen traten Upcycling-Bewegungen unter der Führung von Jugendlichen immer häufiger in den sozialen Medien auf, wo Kleinunternehmer Vintage- oder ausrangierte Gegenstände in modische, personalisierte Kreationen verwandelten (Gwilt, 2020).
Laut Chen et al. (2021) entspricht die Entwicklung von Recyclingmode den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft: Langlebigkeit, Reparierbarkeit und Materialregeneration. Heute ist Recyclingmode nicht nur eine kreative Bewegung, sondern schafft neben nachhaltiger Wirtschaftsentwicklung auch lokale Arbeitsplätze.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

EİNFÜHRUNG İN RECYCLİNGMODE UND UNTERNEHMERİSCHES DENKEN UND INNOVATİON

4. Innovative Aspekte von Recyclingmode

Das Verständnis von innovativer Recyclingmode bedeutet mehr als nur Materialrückgewinnung. Es erfordert ein Umdenken in Produktions- und Konsummodellen unter Berücksichtigung sozialer, unternehmerischer und technologischer Aspekte.
Materialinnovation: Fortschritte beim chemischen Recycling ermöglichen es nun, Polyester- oder Baumwollmischungen zu trennen und zu neuen Fasern zu verarbeiten (Sandin & Peters, 2018).
Geschäftsinnovation: Start-ups setzen auf Miet-, Wiederverkaufs- oder Reparaturservicemodelle, die die Lebenszyklen von Kleidungsstücken verlängern und Überproduktion reduzieren (Joyner Armstrong et al., 2022).
Soziale Innovation: Basisworkshops, Reparaturcafés und lokale Genossenschaften fördern die Beteiligung der Gemeinschaft an der Wiederverwendung von Textilien und an Kreislaufwirtschaft (Hirscher & Niinimäki, 2018).
Unternehmerische Innovation ist besonders mit jungen Menschen verbunden. Kuratko et al. (2021) heben hervor, dass eine unternehmerische Denkweise es jungen Menschen ermöglicht, Herausforderungen im Bereich der Nachhaltigkeit als Chancen zu erkennen. Durch den Einsatz von Kreativität und digitalen Werkzeugen können junge Unternehmer Upcycling in tragfähige Kleinstunternehmen umwandeln und gleichzeitig auf soziale und ökologische Probleme aufmerksam machen.

Co-funded by the European Union
Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

EİNFÜHRUNG İN RECYCLİNGMODE UND UNTERNEHMERİSCHES DENKEN UND INNOVATİON

5. Bewährte Verfahren und Fallstudien

In diesem Abschnitt werden verschiedene lokale und internationale Praktiken als Beispiele angeführt, um die Integration von recycelter Mode mit Unternehmertum und Innovation zu analysieren.

Renewcell (Schweden): Ein Pionierunternehmen, das Baumwollabfälle chemisch zu neuen Zellulosefasern recycelt und damit beispielhaft für zirkuläre Textilinnovationen steht (Sandin & Peters, 2018).
Das Worn Wear Programm von Patagonia ermutigt Kunden, ihre Kleidungsstücke zu reparieren, weiterzuverkaufen oder zu recyceln und bringt so die Rentabilität mit Umweltwerten in Einklang (Pedersen & Andersen, 2015).
Mardin İpekyolu Frauenkooperative (Türkei): Produziert traditionelle handgemachte Seifen und umweltfreundliche Textilprodukte und zeigt damit, wie Frauenkooperativen kulturelles Erbe mit nachhaltigem Unternehmertum verbinden können (Ünal & Tekin, 2023).
Samandağ Frauenkooperative: Diese in Hatay, Türkei, ansässige Kooperative recycelt Lorbeer- und Olivenrohstoffe zu Kosmetik- und Textilprodukten und verbindet so ökologisches Bewusstsein mit regionaler Identität.
Diese Beispiele unterstreichen, dass Innovationen oft in lokalen Kontexten entstehen, in denen begrenzte Ressourcen kreative und nachhaltige Lösungen anregen.

Co-funded by the European Union
Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

EİNFÜHRUNG İN RECYCLİNGMODE UND UNTERNEHMERİSCHES DENKEN UND INNOVATİON

6. Lernaktivitäten

Die 30-minütige Sitzung verbindet Theorie und Praxis durch aktive Teilnahme:

PowerPoint-Präsentation (10 Min.):

Die Folien enthalten Datenvisualisierungen zu Modeabfällen und nachhaltigen Alternativen. Es handelt sich um die PowerPoint-Versionen dieser Inhalte, die unter Angabe geeigneter Quellenangaben für Bildungszwecke verwendet werden können.

Dokumentar- und Interviewanalyse (10 Min.):

Die Leser sehen sich den folgenden Dokumentarfilmausschnitt an, in dem Unternehmer und Designer vorgestellt werden, die recycelte Textilien verwenden. Anschließend können sie das Thema mit ihren Kollegen diskutieren.

- **Link zur Dokumentation: https://www.youtube.com/watch?v=7i0QMnz4ExY**

Wettbewerb für umweltfreundliche Garderobe (10 Min.):

Die Leser werden dazu angeregt, ihre Garderobe nachhaltig zu organisieren, Fotos von wiederverwendeten oder reparierten Kleidungsstücken zu machen und diese mit kurzen Kommentaren in den sozialen Medien hochzuladen. Diese spielerische Aktivität stärkt die Eigenverantwortung und das Bewusstsein für Nachhaltigkeit.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

EİNFÜHRUNG İN RECYCLİNGMODE UND UNTERNEHMERİSCHES DENKEN UND INNOVATİON

7. Nachweis des Lernerfolgs und Bewertung Nachweis des Lernerfolgs:
Fähigkeit, nachhaltige Modepraktiken zu erkennen und sie von traditionellen Ansätzen zu unterscheiden.
Nachweisliche Motivation zu umweltbewusstem Verhalten und umweltbewussten Kaufentscheidungen.
Bewusstsein für unternehmerische Möglichkeiten im Bereich recycelter Mode.
Bewertungsmethoden:
Kurze Frage- und Antwortrunde mit Feedback am Ende des Unterrichts.
Die Wettbewerbsbeiträge werden anhand von Kreativität, Nachhaltigkeit und Reflexionsqualität bewertet. – Die Teilnehmenden werden gebeten, unsere offiziellen Projekt-Social-Media-Kanäle zu verlinken. Die Gewinner werden auf unserer offiziellen Projektwebsite veröffentlicht.
Beobachtung der aktiven Teilnahme während des Moduls.

Co-funded by the European Union
Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

EİNFÜHRUNG İN RECYCLİNGMODE UND UNTERNEHMERİSCHES DENKEN UND INNOVATİON

Multiple-Choice-Fragen:

Frage 1:
Welche der folgenden Aussagen beschreibt das Hauptziel von Recyclingmode am besten?
A) Den Konsum von Fast Fashion über digitale Plattformen steigern. B) Wiederverwendung, Upcycling und Kreislaufwirtschaft fördern und dabei Kreativität mit Umweltverantwortung verbinden. C) Alle Naturfasern durch synthetische Materialien ersetzen. D) Die Bekleidungsproduktion auf Luxusmarken beschränken. Antwort: B

Frage 2:
Mit welchem Wirtschaftsmodell ist das Konzept der recycelten Mode eng verbunden?
A) Lineare Wirtschaft B) Sharing Economy C) Kreislaufwirtschaft D) Gig Economy Antwort: C

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

EİNFÜHRUNG İN RECYCLİNGMODE UND UNTERNEHMERİSCHES DENKEN UND INNOVATİON

Frage 3:
Welche der folgenden Optionen wird NICHT als innovativer Aspekt von Recyclingmode aufgeführt?
A) Materialinnovation (z. B. chemisches Recycling von Fasermischungen) B) Geschäftsinnovation (z. B. Miet- und Wiederverkaufsmodelle) C) Soziale Innovation (z. B. Reparaturcafés und Genossenschaften) D) Vollständige Abschaffung der gesamten Textilproduktion
Antwort: D

Frage 4:
Welche Aussage gibt die historische Entwicklung der Recyclingmode zutreffend wieder?
A) Recycelte Mode entstand im 18. Jahrhundert mit der Industrialisierung. B) Sie entstand in den 1990er Jahren parallel zu umweltbewussten Bewegungen, wobei Upcycling-Projekte unter der Führung von Jugendlichen über soziale Medien an Bedeutung gewannen. C) Moderecycling wurde erst nach der Erfindung von Polyester im Jahr 1950 möglich. D) Digitale Plattformen hatten keinen Einfluss auf die Förderung recycelter Mode.
Antwort: B

Frage 5:
Welche der folgenden Fallstudien veranschaulicht lokale Innovationen, die kulturelles Erbe und Nachhaltigkeit verbinden?
A) Renewcell (Schweden) B) Patagonias Worn Wear Programm C) Mardin İpekyolu Frauenkooperative (Türkei) D) Fast-Fashion-Marken auf globalen Märkten
Antwort: C

Co-funded by the European Union
Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

EİNFÜHRUNG İN RECYCLİNGMODE UND UNTERNEHMERİSCHES DENKEN UND INNOVATİON

8. SCHLUSSFOLGERUNG

Recycelte Mode vereint Kreativität, Nachhaltigkeit und Unternehmertum. In diesem Modul lernen die Studierenden die Grundprinzipien recycelter Mode, ihre historischen Wurzeln und das Potenzial für innovative Geschäftsmodelle kennen. Durch die Verknüpfung von kritischem Denken und praktischen Übungen erwerben die Lernenden nicht nur theoretisches Wissen, sondern entwickeln auch ein umweltbewusstes Verhalten.

Langfristig stärken solche Bildungsinitiativen die Rolle junger Menschen beim Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft. Dadurch wird bewusste Mode zu einem nützlichen Instrument für positive ökologische und soziale Veränderungen.

Daher werden im nächsten Abschnitt die Grundlagen der Recyclingmode weiter ausgeführt, um den Lesern zusätzliche Informationen zu bieten.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Einführung in Recyclingmode und unternehmerisches Denken und Innovation

Referenzen:

Brown, T. (2009). Veränderung durch Design: Wie Design Thinking Organisationen transformiert und Innovationen inspiriert. HarperCollins.
Chen, X., Li, Y. & Zhang, Z. (2021). Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit der Bekleidungs- und Textilindustrie: Eine kritische Betrachtung. Sustainability, 13(12), 6560. https://doi.org/10.3390/su13126560 Ellen MacArthur Foundation. (2019). Eine neue Textilwirtschaft: Die Zukunft der Mode neu gestalten. Ellen MacArthur Foundation.
Fletcher, K. (2014). Nachhaltige Mode und Textilien: Designprozesse. Routledge.
Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P. & Hultink, E. J. (2017). Die Kreislaufwirtschaft: Ein neues Nachhaltigkeitsparadigma? Journal of Cleaner Production, 143, 757–768. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048 Gwilt, A. (2020). Modedesign für ein nachhaltiges Leben: Nachhaltige Praktiken. Bloomsbury Publishing.
Hirscher, A.-L. & Niinimäki, K. (2018). Modeaktivismus durch partizipatives Design. Journal of Cleaner Production, 172, 2518–2527. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.11.016 Joyner Armstrong, C. M., Niinimäki, K. & Lang, C. (2022). Die Rolle des Konsumenten in der Kreislaufwirtschaft der Mode. Journal of Fashion Marketing and Management, 26(4), 546–561. https://doi.org/10.1108/JFMM-10-2021-0249 Kuratko, D. F., Fisher, G., Bloodgood, J. & Hornsby, J. S. (2021). Die unternehmerische Denkweise: Ein Vierteljahrhundert Rückblick und Agenda für zukünftige Forschung. Journal of Small Business Management, 59(1), 1–27. https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1844493 Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). Der ökologische Preis der Fast Fashion. Nature Reviews Earth & Environment, 1(4), 189–200. https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9 Pedersen, E. R. G., & Andersen, K. R. (2015). Nachhaltigkeitsinnovatoren und Ankerzieher: Eine Untersuchung kollaborativer Geschäftsmodellinnovationen in der Modeindustrie. Journal of Business Ethics, 133(4), 731–749. Sandin, G., & Peters, G. (2018). Umweltauswirkungen der Textilwiederverwendung und des Textilrecyclings: Ein Überblick. Journal of Cleaner Production, 184, 353–365. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.266 Ünal, S., & Tekin, S. (2023). Frauenkooperativen und nachhaltiges lokales Unternehmertum: Eine Fallstudie aus der Südosttürkei. Journal of Social Economy Studies, 15(2), 101–117.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

WISE FASHION

Lernmöglichkeiten zur Optimierung von Fähigkeiten in Anwendungen für recycelte Mode hin zu einer abfallbewussten Industrie

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Thema: Grundlagen des Designs für recycelte Mode

Erstellt von der Gemeinde Alba Iulia (RO)

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

1.1 Eine kurze Einführung

Die moderne Modeindustrie ist ein globaler Milliardenkonzern, der von Design und Produktion bis hin zu Werbung und Einzelhandel alles umfasst. Es handelt sich um ein komplexes System mit vier Hauptebenen: Rohstoffproduktion, Konfektionierung durch Designer, Einzelhandel und Marketing. Technologie spielt heute eine entscheidende Rolle in der Branche – von computergestütztem Design bis hin zu Hightech-Geweben mit Eigenschaften wie Feuchtigkeitstransport und UV-Schutz.

Die Modewelt ist auch eine wirkungsvolle Form des Selbstausdrucks. Wie die Modedesignerin Katherine Hamnett sagte: „Kleidung schafft ein wortloses Kommunikationsmittel, das wir alle verstehen." Trends werden von einer Vielzahl von Quellen beeinflusst, darunter Musik, Filme, Prominente und sogar Streetstyle.

Die Modeindustrie hat erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt. Die Herstellung neuer Kleidung von Grund auf erfordert enorme Ressourcenmengen und verursacht viel Umweltverschmutzung. Insbesondere die Produktion von Baumwolle benötigt immense Mengen an Wasser. So können beispielsweise Tausende Liter Wasser benötigt werden, um genügend Baumwolle für nur ein T-Shirt und eine Jeans anzubauen.

So entstehen beeindruckende Mengen an Textilien, die Jahr für Jahr produziert werden. Doch was geschieht mit Textilien, die nicht rechtzeitig gekauft werden und aus der Mode kommen? Hier setzt das Konzept der recycelten Mode an.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

1.1 Eine kurze Einführung

Recycelte Mode bezeichnet die Herstellung neuer Kleidung und Accessoires aus alten, ausrangierten Materialien. Sie ist ein wichtiger Bestandteil der Kreislaufwirtschaft, die darauf abzielt, Abfall zu minimieren und Ressourcen optimal zu nutzen. Anstelle des „Nehmen-Herstellen-Entsorgen"-Modells fördert recycelte Mode den Ansatz „Wiederverwenden-Reduzieren-Recyceln". Durchschnittlich wirft jeder Mensch jedes Jahr eine große Menge an Kleidung und Textilien weg. Ein Großteil dieses Abfalls landet auf Mülldeponien, wo er Hunderte von Jahren zum Verrotten benötigt und dabei schädliche Treibhausgase freisetzt. Recycelte Mode verhindert, dass diese Gegenstände auf Mülldeponien landen, und gibt ihnen ein zweites Leben.

Abgesehen vom Umweltschutz hat recycelte Mode auch positive Auswirkungen auf Gesellschaft und Wirtschaft. Indem sie recycelte oder upgecycelte Mode wählen, setzen Konsumenten ein starkes Zeichen. Sie unterstützen einen ethischeren und nachhaltigeren Lebensstil und regen die gesamte Modeindustrie zu einem Umdenken an.

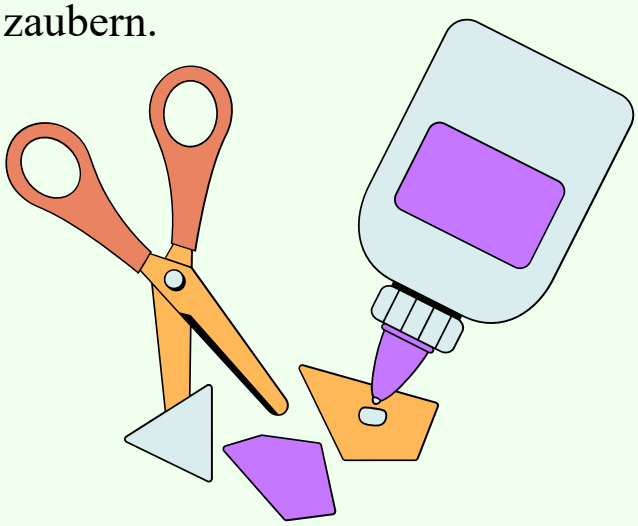
Recycelte Mode ist mehr als nur das Zusammennähen einiger Stoffreste. Sie ist eine Kunstform, die Kreativität, Vision und handwerkliches Können vereint. In diesem Modul lernen wir, wie man eine Idee in ein schönes und langlebiges Endprodukt verwandelt.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

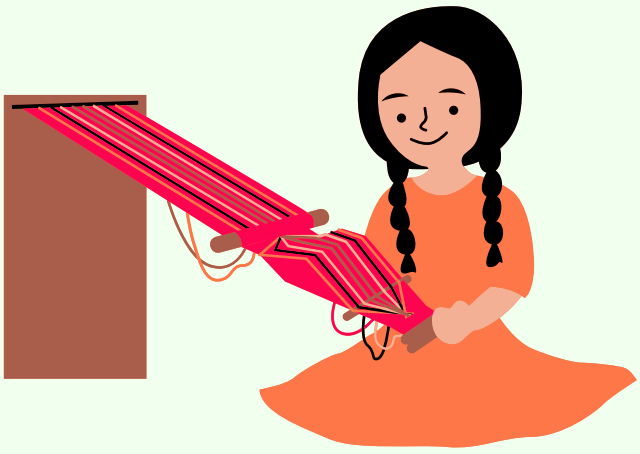
Co-funded by the European Union

1.2 Kreative Vision und Ästhetik

a) Lass dich überall inspirieren: Recyclingmode basiert auf der Fähigkeit, Potenzial zu erkennen, wo andere nur Abfall sehen. Lass dich von den Texturen, Farben und Formen der vorhandenen Materialien inspirieren. Ein alter Wollmantel kann zu einer kurzen Jacke werden, oder aus einer Sammlung alter T-Shirts lässt sich eine Patchworkdecke zaubern.



b) Erzählen Sie eine Geschichte: Jedes Kleidungsstück, das Sie entwerfen, kann eine Geschichte erzählen. Fragen Sie sich: „Woher stammt dieses Material?“ oder „Welchen Stil möchte ich erreichen?“ Eine klare Vision hilft Ihnen, konsistente Designentscheidungen zu treffen.



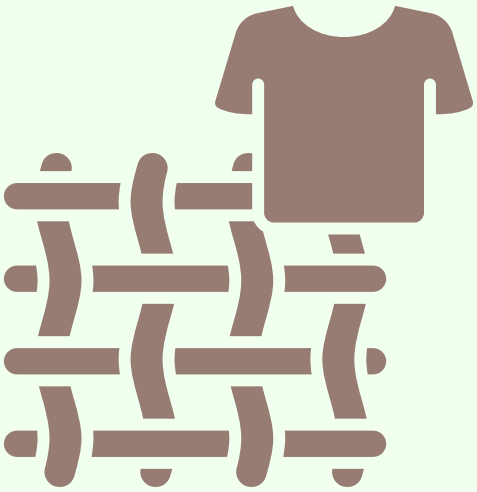
Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

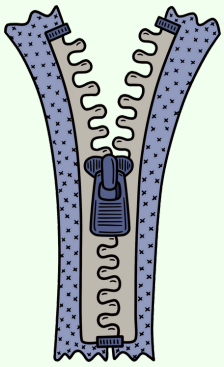
Co-funded by the European Union

1.3 Langlebiges Design und hohe Funktionalität

a) Qualität der Nähte: Ein gelungenes Design ist nicht nur optisch ansprechend, sondern auch strapazierfähig. Verwenden Sie robuste und langlebige Nähte, damit das fertige Produkt lange hält. Wählen Sie in stark beanspruchten Bereichen, wie z. B. Seitennähten, Nähte wie Doppel- oder Zickzackstiche.

b) Vorhandene Elemente wiederverwenden: Ein wesentliches Prinzip langlebigen Designs ist es, das Vorhandene optimal zu nutzen. Bewahren Sie Originalknöpfe, Reißverschlüsse, Taschen und Manschetten auf. Diese können interessante Details hinzufügen und Abfall minimieren.





c) Vielseitigkeit: Kreieren Sie Kleidungsstücke, die auf verschiedene Arten getragen werden können. Ein Kleid, das auch als Rock getragen werden kann, oder eine Wendejacke steigert den Wert und regt zu längerer Nutzung an.

Durch die Kombination dieser Prinzipien können Sie recycelte Modeartikel kreieren, die nicht nur umweltfreundlich, sondern auch originell, langlebig und ästhetisch ansprechend sind.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

2.1 Materialbeschaffung

Wo findet man Materialien für seine Recycling-Modeprojekte?

Persönliche Kleiderschränke: Am einfachsten fängt man zu Hause an. Alte T-Shirts, Jeans oder sogar Decken, die nicht mehr gebraucht werden, können wiederverwendet werden.

Familie und Freunde: Eine unterhaltsame Möglichkeit, an Material zu gelangen, ist die Organisation einer Kleidertauschparty oder das einfache Fragen an Familie und Freunde nach ihren nicht mehr benötigten Kleidungsstücken.

Gebrauchtwarenläden oder Secondhand-Boutiquen: Flohmärkte oder Secondhand-Läden sind hervorragende Quellen, wo man qualitativ hochwertige Materialien zu einem niedrigen Preis finden kann.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

2.2 Bewertung von Materialien

Sobald Sie ein geeignetes Kleidungsstück gefunden haben, ist es entscheidend, dessen Eignung für Ihr Projekt zu prüfen. So vermeiden Sie, Zeit und Mühe mit beschädigten oder unbrauchbaren Materialien zu verschwenden.

Materialzusammensetzung: Naturfasern

Naturfasern werden direkt aus lebenden Organismen, entweder Pflanzen oder Tieren, gewonnen. Sie sind die älteste Textilart und werden seit Jahrtausenden verwendet. Sie werden wegen ihres Tragekomforts, ihrer Atmungsaktivität und ihrer Nachhaltigkeit geschätzt.

Herkunft: Pflanzlich (auf Zellulosebasis) oder tierisch (auf Proteinbasis).

Beispiele:
Pflanzlich:
Baumwolle, Leinen, Hanf.
Tierischen Ursprungs:
Wolle, Seide, Kaschmir.

Hauptmerkmale:
Biologisch abbaubar: Sie zersetzen sich mit der Zeit auf natürliche Weise.
Atmungsaktiv: Dank ihrer porösen Struktur kann die Luft zirkulieren, wodurch sie angenehm zu tragen sind.

- Saugfähig: Sie nehmen Feuchtigkeit (wie Schweiß) auf, was für Handtücher gut sein kann, aber auch bedeutet, dass sie länger zum Trocknen brauchen.
    - Erneuerbar: Sie stammen aus Quellen, die nachwachsen oder gezüchtet werden können.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

2.2 Bewertung von Materialien

Materialzusammensetzung: Synthetische Fasern

Synthetische Fasern werden künstlich durch einen chemischen Prozess hergestellt, hauptsächlich unter Verwendung von Polymeren auf Erdölbasis. Sie wurden entwickelt, um haltbarer, kostengünstiger und vielseitiger als ihre natürlichen Pendants zu sein.

Herkunft: Erdölnebenprodukte und andere Chemikalien.

Beispiele:
Polyester, Nylon, Acryl, Elasthan

Hauptmerkmale:
Nicht biologisch abbaubar: Sie zersetzen sich nicht und können Hunderte von Jahren auf Mülldeponien liegen bleiben.

- Wasserabweisend: Sie weisen Wasser ab und sind daher beliebt für Sport- und Oberbekleidung.
- Langlebig: Sie sind sehr robust, knitterarm und neigen weniger zum Einlaufen oder Reißen.
- Mikroplastik wird freigesetzt: Bei jedem Waschgang lösen sie winzige Plastikfasern ab, die unsere Wasserwege und Ozeane verschmutzen.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

2.2 Bewertung von Materialien

Vergleichstabelle

Feature	Natural Fibers	Synthetic Fibers
Origin	Plants or Animals	Petroleum-based chemicals
Breathability	High (very breathable)	Low (can feel "stuffy")
Absorbency	High (absorbs moisture)	Low (repels moisture)
Durability	Varies (can be less durable)	High (resistant to tears, wrinkles)
Environmental Impact	Generally biodegradable	Non-biodegradable, sheds microplastics
Cost	Often more expensive to produce	Generally cheaper to produce

Im Kontext von Recyclingmode ist das Verständnis dieses Unterschieds entscheidend. Das Upcycling von Naturfasern ist oft eine gute Wahl, da sie sich leichter färben und verarbeiten lassen. Die Wiederverwendung von Synthetikfasern ist hingegen eine hervorragende Möglichkeit, zu verhindern, dass diese auf Mülldeponien landen und die Umwelt über Jahrhunderte belasten. Naturfasern sind im Allgemeinen leichter zu verarbeiten, insbesondere beim Färben und bei bestimmten Nähtechniken.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

2.2 Bewertung von Materialien

Zustand:

Eine gründliche Überprüfung des Kleidungsstücks ist ein entscheidender Schritt für den Erfolg Ihres Upcycling-Projekts. Hier finden Sie eine Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Erkennung schwerwiegender Mängel.

Die vollständige Sichtprüfung. Beginnen Sie mit einer vollständigen Sichtprüfung des Kleidungsstücks, sowohl von innen als auch von außen. Am besten führen Sie dies bei guter Beleuchtung durch, da manche Mängel nur im natürlichen Licht sichtbar sind.

Vorder- und Rückseite: Achten Sie auf große, offensichtliche Flecken auf der Vorderseite, der Rückseite und allen sichtbaren Teilen des Kleidungsstücks.

Stark beanspruchte Bereiche: Achten Sie besonders auf Stellen, die starker Reibung und Belastung ausgesetzt sind, wie Achselhöhlen, Kragen, Knie und Bündchen. An diesen Stellen kommt es häufig zu Verfärbungen, dünner werdendem Stoff und Pilling (kleinen Faserknötchen, die sich auf der Oberfläche bilden).

Drehen Sie es auf links: Wenden Sie das Kleidungsstück, um das Futter, die Nähte und verdeckte Stellen zu überprüfen. Oftmals finden sich versteckte Flecken, Risse oder Anzeichen minderer Qualität auf der Innenseite.

Die Stoff- und Nahtprüfung. Hierbei fühlen Sie das Material und überprüfen die Verarbeitung.

Risse und Löcher: Tasten Sie nach Rissen und Löchern, insbesondere entlang der Nähte. Ziehen Sie leicht an den Nähten, um deren Festigkeit zu prüfen. Eine lose Naht lässt sich leicht reparieren, ein großer Riss mitten im Stoff hingegen kann schwierig zu flicken sein und das Kleidungsstück unbrauchbar machen.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

2.2 Bewertung von Materialien

Zustand:

Starker Verschleiß: Reiben Sie den Stoff zwischen Ihren Fingern. Fühlt er sich dünn oder labberig an? Dies ist ein Zeichen für starken Verschleiß. Während sich einzelne kleine Knötchen entfernen lassen, deutet großflächiges Pilling darauf hin, dass der Stoff am Ende seiner Lebensdauer angelangt ist.

Dehnung: Prüfen Sie elastische Bereiche wie Bündchen und Ärmelbündchen. Dehnen Sie das Gummiband und prüfen Sie, ob es in seine ursprüngliche Form zurückspringt. Bleibt es gedehnt, ist das Gummiband verschlissen und muss ausgetauscht werden.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

2.2 Bewertung von Materialien

Zustand:

Die Überprüfung der Hardware und Details. Vergessen Sie nicht, alle kleinen Komponenten zu untersuchen, die das Kleidungsstück funktional machen.
Reißverschlüsse: Testen Sie jeden Reißverschluss. Achten Sie darauf, dass er leichtgängig ist und nicht klemmt. Ein defekter Reißverschluss lässt sich zwar reparieren, aber es bedeutet einen zusätzlichen Arbeitsschritt und Kosten.
Knöpfe und Druckknöpfe: Prüfen Sie, ob alle Knöpfe vorhanden und fest angebracht sind. Achten Sie auf lose Fäden oder fehlende Druckknöpfe.

Der Geruchstest. Prüfen Sie abschließend kurz den Geruch des Kleidungsstücks. Ein starker, anhaltender Geruch – wie Rauch oder Schimmel – deutet oft darauf hin, dass das Kleidungsstück unsachgemäß gelagert wurde und sich der Geruch möglicherweise selbst durch Waschen nicht entfernen lässt.

Anhand dieser Checkliste können Sie ein Kleidungsstück sicher beurteilen und entscheiden, ob es ein wertvoller "Schatz" ist, der es wert ist, umgearbeitet zu werden.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

Transformationspotenzial: Fördern Sie kreatives Denken. Die entscheidende Frage lautet: „Was könnte daraus werden?“ Aus einem langen Rock könnte ein Top werden, oder aus einer Jeans eine Tragetasche. Es geht darum, das Potenzial des Stoffes selbst zu erkennen, nicht nur das des fertigen Kleidungsstücks.

3.1 Die Kunst der Dekonstruktion

Bevor man etwas Neues herstellen kann, muss man oft ein vorhandenes Kleidungsstück auseinandernehmen. Dieser Vorgang wird Dekonstruktion genannt. Dabei geht es darum, strategisch und sorgfältig vorzugehen, um so viel brauchbares Material wie möglich zu erhalten, darunter Stoffteile, Reißverschlüsse, Knöpfe und andere Beschläge.

Wichtigste Werkzeuge:

Nahttrenner: Dies ist Ihr wichtigstes Werkzeug. Es handelt sich um ein kleines, handliches Gerät mit einer hakenförmigen Klinge, die sich perfekt zum Durchtrennen von Fäden eignet, ohne den Stoff zu beschädigen.

Stoffschere: Diese dient zum Schneiden größerer Abschnitte und sollte nur für Stoff verwendet werden, um ihre Schärfe zu erhalten.

Wie man etwas dekonstruiert:

Beginnen Sie an den Nähten: Trennen Sie mit einem Nahttrenner vorsichtig die Fäden auf, die die Stoffteile zusammenhalten. Beginnen Sie an einer Stelle, an der die Naht gut zugänglich ist, z. B. am unteren Saum oder am Ärmelende.

Die einzelnen Komponenten trennen: Trennen Sie beim Auftrennen der Nähte die Hauptstoffteile, Reißverschlüsse, Taschen und Kragen voneinander.

Sortieren und Aufbewahren: Legen Sie alle wiederverwendbaren Teile wie Knöpfe, Reißverschlüsse und Verschlüsse in einen separaten Behälter für zukünftige Projekte. Heben Sie alle Stoffreste auf; selbst kleine Stücke können für Flicken oder Füllmaterial verwendet werden.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

3.2 Einfache Upcycling-Ideen für Anfänger

Jetzt, wo Sie Ihr Material haben, finden Sie hier einige einfache Projekte für den Einstieg.

Aus einem T-Shirt eine Tragetasche nähen (ohne Nähen):

Schneide die Ärmel eines großen T-Shirts ab.

Schneiden Sie den Kragen ab, um eine größere Öffnung zu schaffen.

Schneide den unteren Rand des Hemdes in Streifen und verknote die vorderen und hinteren Streifen zusammen, um einen festen Boden zu erhalten. Fertig ist deine einfache Tragetasche.

Aus alten Jeans Shorts machen:

Schneiden Sie die Beine einer alten Jeans auf die gewünschte Länge ab.

Für einen klassischen, ausgefransten Look einfach in die Waschmaschine geben.

Pullover als Kissenbezug:

Schneide einen Pullover in ein Quadrat oder Rechteck, wobei du den Saum unten für eine der Seiten stehen lässt.

Nähen Sie die Seiten zusammen, lassen Sie dabei ein Ende offen.

Stopfen Sie es mit einem Kissen aus oder füllen Sie es mit alten Stoffresten. Nähen Sie die letzte Seite zu.

Aus Stoffresten Haargummis machen:

Schneide einen Stoffstreifen ab.

Nähen Sie die langen Enden zusammen, um eine Röhre zu formen.

Fädeln Sie ein Stück Gummiband durch das Rohr und verknoten Sie die Enden des Gummibandes.

Nähen Sie die offenen Enden des Stoffes zusammen.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

3.2 Einfache Upcycling-Ideen für Anfänger

Recycelte Mode ist ein transformativer und kreativer Prozess, der ausrangierte Materialien neu interpretiert und in einzigartige und wertvolle neue Stücke verwandelt. Es geht um mehr als nur die Wiederverwendung alter Kleidung; es geht darum, das verborgene Potenzial in einem scheinbar abgenutzten Kleidungsstück zu erkennen und ihm eine neue Bestimmung zu geben.

Dieser Ansatz reduziert nicht nur Abfall und minimiert die Umweltauswirkungen der Textilindustrie, sondern würdigt auch Originalität und Einfallsreichtum.

Durch das Zerlegen und Umgestalten alter Kleidungsstücke erschließen wir uns eine unerschöpfliche Materialquelle – sei es, einen dicken Wollpullover in einen kuscheligen Schal zu verwandeln oder aus einer alten Jeans eine stylische Tragetasche. Diese Praxis ist ein starkes Statement und beweist, dass wir mit Kreativität und Sorgfalt aus der Vergangenheit etwas Schönes und Modernes erschaffen können.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

4.1. Jenseits der Materialien

Wir haben gelernt, wie man Materialien findet und analysiert. Jetzt konzentrieren wir uns auf die zwei Schlüsselprinzipien, die aus recycelten Materialien ein gelungenes Kleidungsstück entstehen lassen: robustes Design und kreative Vision. Es reicht nicht, etwas einfach nur zusammenzuflicken; ein wirklich upgecyceltes Kleidungsstück sollte so stabil sein, dass es lange hält, und so schön, dass man es schätzt.

4.2. Die Grundsätze langlebigen Designs

Langlebiges Design bedeutet, ein Produkt zu entwickeln, das auf Langlebigkeit ausgelegt ist. Im Bereich Upcycling-Mode heißt das, dass Ihre Kreationen die Zeit überdauern und somit das zentrale Ziel der Nachhaltigkeit erfüllen.

Verstärken Sie die schwächsten Stellen: Achten Sie besonders auf Bereiche, die am stärksten beansprucht werden, wie Nähte, Knopflöcher und Taschen.

Wählen Sie die richtigen Stiche: Verwenden Sie stabile Stiche, die sich nicht so leicht auflösen. Ein Rückstich ist beispielsweise viel sicherer als ein einfacher Vorstich. Für Säume eignet sich ein Blindstich für ein sauberes und haltbares Finish.

Bedenken Sie die Langlebigkeit des Stoffes: Wenn Sie einen dicken Stoff mit einem dünnen verbinden, kann der stärkere Stoff den schwächeren einreißen. Planen Sie Ihre Konstruktion so, dass Sie kompatible Materialien verwenden oder den schwächeren Stoff verstärken.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

4.3. Die eigene kreative Vision entwickeln

Das ist der künstlerische Teil des Prozesses. Ihre kreative Vision macht ein Stück wirklich einzigartig. Es geht darum, einen einfachen Gegenstand in etwas mit einer neuen Identität zu verwandeln.

Lass dich inspirieren: Schau über Mode hinaus. Lass dich von Kunst, Natur, Architektur oder sogar historischen Epochen inspirieren.

Erzähle eine Geschichte: Denke über die Herkunft deines Materials nach. Könnte der verwaschene Denim die Geschichte einer geliebten Jeans erzählen? Diese Geschichte kann deine Designentscheidungen leiten.

Skizzieren und experimentieren: Scheuen Sie sich nicht, mehrere Ideen zu skizzieren. Experimentieren Sie mit dem Drapieren Ihres dekonstruierten Stoffs und beobachten Sie, welche Formen und Gestalten er auf natürliche Weise annimmt.

4.4. Kombination von Langlebigkeit und Vision

Die besten Upcycling-Stücke vereinen beide Prinzipien perfekt. Ihre kreative Vision führt Sie zu einem Design, das gleichzeitig langlebig ist. So kann beispielsweise ein einzigartiger Flicken eine Schwachstelle verstärken oder eine dekorative Overlocknaht eine Naht stabilisieren. Die beiden Konzepte sind nicht voneinander getrennt, sondern bilden ein Ganzes.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

Auswirkungen der Textilindustrie und der Kreislaufwirtschaft

Ellen MacArthur Foundation. (2021). Eine neue Textilwirtschaft: Die Zukunft der Mode neu gestalten.
https://content.ellenmacarthurfoundation.org/m/6d5071bb8a5f05a2/original/A-New-Textiles-Economy-Redesigning-fashions-future.pdf

Europäische Umweltagentur (EUA) / Eurostat

- https://www.eea.europa.eu/en

Wirtschaftskommission der Vereinten Nationen für Europa (UNECE)

- Mode und die UN-Nachhaltigkeitsziele: Welche Rolle spielt die UNO?
- https://sepiastories.in/recycled-fashion/
- https://www.senreve.com/blogs/the-handle/recycled-fashion-guide?srsltid=AfmBOorJl7YXQmhRSEVJmVs5cwgyW8lvAeVQGmPjyA8ulpceKLrrqP-3

Beschaffung und Materialien

- **https://textileexchange.org/app/uploads/2021/07/2019_MCI_Results-Guide.pdf**
- **https://www.aboutfarfetch.com/media/1677/farfetch-x-ngg_material-sourcing-guide_lr-compressed_lr.pdf**
- **https://howtohigg.cascale.org/higg-index-tools/higg-product-tools/higg-msi/dive-deeper/msi-guidance-and-definition/material-categories/**

Langlebiges Design und Upcycling

- **Zero Waste Modedesign von Timo Rissanen**
- **Aus, R., Moora, H., Vihma, M. et al. Design für Kreislaufmode: Integration von Upcycling in konventionelle Bekleidungsherstellungsprozesse. Fash Text 8, 34 (2021) https://rdcu.be/eO9rf**
- **https://picvisa.com/textile-upcycling/**

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

Lernmöglichkeiten zur Optimierung von Fähigkeiten in Anwendungen für recycelte Mode hin zu einer abfallbewussten Industrie

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Produktionstechniken, Upcycling, Beschaffung und Einkauf von Recyclingmaterialien

Erstellt von PRAMMER (AT)

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Die Modeindustrie steht heute an einem Wendepunkt und sieht sich erheblichen ökologischen und sozialen Herausforderungen gegenüber. Als einer der größten Umweltverschmutzer weltweit trägt sie zu Ressourcenknappheit, Umweltverschmutzung und unethischen Arbeitsbedingungen bei. Doch diese Ära bietet auch die Chance für einen Wandel. Nachhaltige Praktiken sind nicht länger optional, sondern unerlässlich für die Zukunft der Branche. Dieses Modul beleuchtet die Kernstrategien zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks der Modebranche mit Fokus auf verantwortungsvolle Produktion, innovatives Upcycling und die gezielte Beschaffung von Recyclingmaterialien.
Durch die Anwendung dieser Praktiken kann die Branche den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft vollziehen und dabei Rentabilität mit ökologischer und sozialer Verantwortung in Einklang bringen.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

2.1 Prinzipien der Slow Fashion

Slow Fashion markiert einen Paradigmenwechsel gegenüber der schnelllebigen Wegwerfkultur der Fast Fashion. Sie setzt auf durchdachtes Design, ethische Produktion und die Herstellung langlebiger Kleidungsstücke. Im Gegensatz zur Fast Fashion, die auf hohe Produktionsmengen und schnellen Umschlag setzt, befürwortet Slow Fashion Qualität statt Quantität. Dieser Ansatz ermutigt Designer und Marken, sich auf handwerkliches Können, Langlebigkeit und zeitlose Ästhetik zu konzentrieren, sodass jedes Kleidungsstück über Jahre hinweg relevant und funktional bleibt.

Das Konzept der lokalen Beschaffung und Produktion ist zentral für Slow Fashion. Durch die Fertigung in der Nähe ihres Standorts können Marken ihren CO_2-Fußabdruck deutlich reduzieren, Transportemissionen minimieren und die lokale Wirtschaft stärken. Darüber hinaus setzt Slow Fashion häufig auf Kleinserien oder Maßanfertigungen, wodurch nicht nur Überproduktion vermieden, sondern die Produktion auch besser an die tatsächliche Nachfrage angepasst wird. Dieser bewusste Ansatz fördert eine tiefere Verbindung zwischen Konsumenten und ihrer Kleidung und stärkt eine Kultur der Wertschätzung und des sorgsamen Umgangs mit Kleidungsstücken.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

2.2 Ressourceneffiziente Fertigung

Innovationen in der Fertigung sind der Schlüssel zur Reduzierung der Umweltbelastung der Modeindustrie. Ressourceneffiziente Verfahren zielen darauf ab, Abfall zu minimieren und den Einsatz von Materialien, Energie und Wasser zu optimieren.

Eine solche Technik ist das Zero-Waste-Schnittmuster, bei dem Designer Schnittmuster erstellen, die jeden Zentimeter Stoff ausnutzen und keine Verschnitte hinterlassen. Diese Methode stellt traditionelle Designprozesse in Frage, führt aber zu einer deutlichen Reduzierung von Textilabfällen.

Ein weiterer bahnbrechender Ansatz ist das digitale Prototyping. Mithilfe von 3D-Modellierungssoftware können Designer ihre Entwürfe virtuell visualisieren und verfeinern, wodurch der Bedarf an physischen Mustern reduziert wird. Dies verringert nicht nur den Materialverbrauch, sondern beschleunigt auch den Designprozess und ermöglicht schnellere Iterationen sowie effizientere Produktionszyklen.

Wassereinsparung ist auch ein zentraler Aspekt nachhaltiger Produktion. Technologien wie das wasserlose Färben – beispielsweise mit CO_2 – machen übermäßigen Wasserverbrauch überflüssig und reduzieren schädliche Chemikalienabflüsse. Diese Innovationen schonen nicht nur lebenswichtige Ressourcen, sondern tragen auch zu globalen Bemühungen im Kampf gegen Umweltverschmutzung und Klimawandel bei.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

Upcycling in der Mode

3.1 Was ist Upcycling?

Upcycling ist ein transformativer Prozess, der ausrangierten Materialien neues Leben einhaucht und sie in wertvollere und hochwertigere Produkte verwandelt. Im Gegensatz zum herkömmlichen Recycling, bei dem Materialien oft in ihre Rohstoffe zerlegt werden, erhält und verbessert Upcycling die ursprüngliche Materialstruktur, reduziert Abfall auf Deponien und schont Ressourcen.
Dieser kreative Ansatz minimiert nicht nur die Umweltbelastung, sondern fördert auch Innovationen und ermöglicht es Designern, einzigartige Unikate zu entwerfen, die eine Geschichte erzählen. Durch Upcycling kann die Modeindustrie von einem linearen „Nehmen-Herstellen-Wegwerfen“-Modell zu einem Kreislaufsystem übergehen, das Nachhaltigkeit und Handwerkskunst wertschätzt (McDonough & Braungart, 2002).

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

3.2 Techniken und Anwendungen

Upcycling in der Mode ist ebenso vielfältig wie einfallsreich. Designer nutzen eine Vielzahl von Techniken, um Materialien wiederzuverwenden, wobei jede ihre eigenen ästhetischen und funktionalen Vorteile bietet:

Dekonstruktion und Reassemblierung: Diese Technik beinhaltet das sorgfältige Zerlegen alter Kleidungsstücke und deren anschließende Neugestaltung. So kann beispielsweise eine Vintage-Jeansjacke auseinandergenommen und zu einer modernen, taillierten Weste umgearbeitet werden, oder aus einer Sammlung abgetragener Hemden entsteht ein Patchworkkleid. Dekonstruktion fördert die Kreativität und fordert Designer heraus, das Potenzial in dem zu erkennen, was andere wegwerfen würden.

Textilcollage: Durch die Kombination verschiedener Stoffe, Texturen und Muster schaffen Designer visuell beeindruckende Collagen, die Vielfalt und Individualität zelebrieren. Diese Methode führt oft zu ausdrucksstarken, vielseitigen Werken, die eine Mischung aus kulturellen und historischen Einflüssen widerspiegeln. Textilcollage ist nicht nur eine nachhaltige Praxis, sondern auch eine Form des künstlerischen Ausdrucks, die unendliche Experimentiermöglichkeiten mit Farbe, Form und Gestalt bietet.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

Stickerei & Oberflächengestaltung: Stickereien, Applikationen oder andere Verzierungen werten upgecycelte Kleidungsstücke optisch auf, kaschieren Unvollkommenheiten und setzen neue Akzente. So lässt sich ein schlichtes, abgetragenes Stück in ein luxuriöses, handgefertigtes Unikat verwandeln. Die Oberflächengestaltung bietet zudem die Möglichkeit, kulturelle Motive oder persönliche Geschichten in die Mode einfließen zu lassen und jedes Stück so zu einem echten Unikat zu machen.

Färben & Überfärben: Überfärben ist eine wirkungsvolle Methode, um verblasste oder fleckige Stoffe aufzufrischen und ihnen neues Leben einzuhauchen. Insbesondere Naturfarben verleihen Textilien Tiefe und Farbreichtum und vermeiden gleichzeitig die Umweltbelastung durch synthetische Farbstoffe. Diese Technik eignet sich besonders gut, um aus unpassenden oder verfärbten Materialien harmonische Kollektionen zu kreieren.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

3.3 Beispiele

Upcycling hat in der Modebranche an Bedeutung gewonnen, und sowohl aufstrebende als auch etablierte Designer haben sich seine Prinzipien zu eigen gemacht:
Marine Serre: Bekannt für ihre futuristischen und zugleich nachhaltigen Designs, integriert Marine Serre Upcycling-Stoffe in ihre Luxuskollektionen. Ihre charakteristischen Halbmond-Prints finden sich häufig auf neu verarbeiteten Vintage-Materialien und verbinden so Haute Couture mit Umweltbewusstsein.
RE/DONE: Diese Marke hat sich einen Namen gemacht, indem sie Vintage-Levi's-Jeans in moderne, stylische Schnitte verwandelt. Durch die Dekonstruktion und Neuzusammensetzung klassischer Denim-Stoffe kreiert RE/DONE einzigartige Stücke, die sowohl Nachhaltigkeitsbefürworter als auch modebewusste Konsumenten ansprechen.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

4.1 Arten von recycelten Textilien

Die Modeindustrie setzt zunehmend auf recycelte Textilien, um Abfall zu reduzieren und die Umweltbelastung zu minimieren. Recycelte Textilien lassen sich grob in zwei Haupttypen unterteilen:

Post-Consumer-Abfall: Hierbei handelt es sich um Materialien, die aus Produkten gewonnen werden, die bereits von Verbrauchern genutzt wurden, wie z. B. alte Kleidung, Heimtextilien oder Accessoires. So können beispielsweise abgetragene Jeans zu Dämmmaterial für Gebäude verarbeitet oder zu neuen Denim-Kleidungsstücken umfunktioniert werden. Dieser Ansatz reduziert nicht nur die Abfallmenge auf Deponien, sondern verringert auch den Bedarf an Primärrohstoffen.

Produktionsabfälle: Diese Kategorie umfasst Restmaterialien aus Fertigungsprozessen, wie Stoffreste, Garnreste oder unverkauftes Lager. Viele Marken sammeln diese Materialien und verwenden sie für neue Produkte, beispielsweise Accessoires, Polstermöbel oder sogar komplett neue Bekleidungslinien. Durch die Wiederverwertung von Produktionsabfällen können Unternehmen Produktionskosten und Umweltbelastungen deutlich reduzieren.

4.2 Beliebte Recyclingmaterialien

Die Verwendung von Recyclingmaterialien gewinnt zunehmend an Bedeutung, da Marken ihre Nachhaltigkeitsziele verfolgen und der Verbrauchernachfrage nach umweltfreundlichen Produkten nachkommen wollen. Zu den beliebtesten Recyclingmaterialien in der Modebranche gehören:

Recycelte Baumwolle: Hergestellt aus Textilabfällen, wird recycelte Baumwolle häufig mit neuer Baumwolle gemischt, um Haltbarkeit und Weichheit zu verbessern. Dieses Material trägt zur Reduzierung des Wasserverbrauchs und des Chemikalieneinsatzes bei und ist somit eine nachhaltigere Alternative zu herkömmlicher Baumwolle.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

Recyceltes Polyester (rPET): rPET wird aus Plastikflaschen gewonnen und ist ein vielseitiges und strapazierfähiges Material, das in Sportbekleidung, Outdoorbekleidung und Accessoires weit verbreitet ist. Die Umwandlung von Plastikflaschen in Polyesterfasern ist energieeffizient und reduziert die Plastikverschmutzung erheblich.

Recycelte Wolle: Alte Wollkleidungsstücke und Produktionsreste werden zu neuen Garnen verarbeitet. So bleiben die natürlichen Eigenschaften der Wolle erhalten und gleichzeitig wird Abfall reduziert. Recycelte Wolle wird häufig für Strickwaren, Mäntel und Decken verwendet und bietet Wärme und Nachhaltigkeit.

Recyceltes Nylon: Gewonnen aus ausrangierten Fischernetzen und industriellen Kunststoffabfällen, wird recyceltes Nylon für Bademode, Strumpfwaren und Oberbekleidung verwendet. Marken wie ECONYL® haben Pionierarbeit bei der Wiederverwertung von Nylonabfällen zu hochwertigen Fasern geleistet und tragen so zur Säuberung der Ozeane und Mülldeponien bei.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

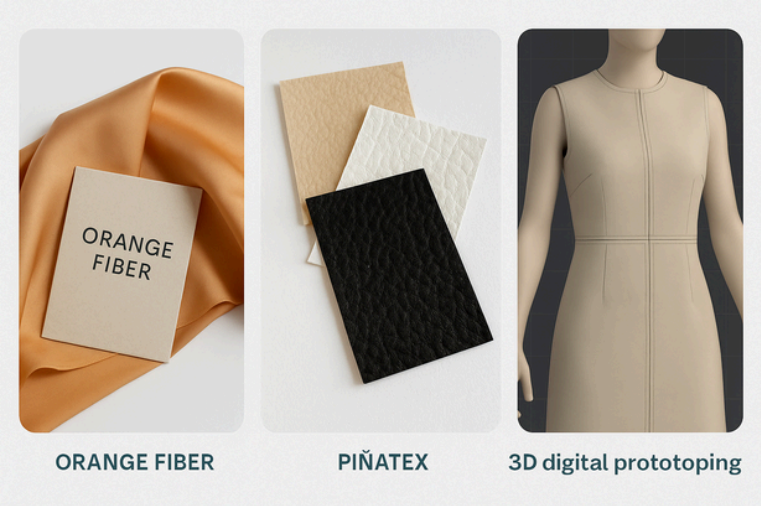
Co-funded by the European Union

4.3 Innovative biobasierte Materialien

Innovationen bei nachhaltigen Materialien treiben die Modeindustrie in Richtung einer umweltbewussteren Zukunft. Biobasierte Materialien, die aus nachwachsenden Rohstoffen gewonnen werden, erfreuen sich aufgrund ihrer minimalen Umweltbelastung und ihrer einzigartigen Eigenschaften zunehmender Beliebtheit:

Orange Fiber: Hergestellt aus Zitrusnebenprodukten, ist Orange Fiber ein seidiger, nachhaltiger Stoff, der in der Luxusmode Verwendung findet. Dieses Material reduziert nicht nur landwirtschaftliche Abfälle, sondern bietet auch eine tierfreundliche Alternative zu Seide.

Piñatex: Hergestellt aus Ananasblattfasern, ist Piñatex ein Vliesstoff, der Leder imitiert. Er ist leicht, atmungsaktiv und biologisch abbaubar und eignet sich daher ideal für Accessoires und Schuhe.



4.4 Zertifizierungen und Labels

Da Verbraucher zunehmend Wert auf Nachhaltigkeit legen, spielen Zertifizierungen und Labels eine entscheidende Rolle bei der Bestätigung der Echtheit von recycelten und nachhaltigen Materialien. Zu den bekanntesten Zertifizierungen gehören:

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

- Global Organic Textile Standard (GOTS): GOTS zertifiziert, dass Textilien aus Biofasern hergestellt und unter umwelt- und sozialverträglichen Bedingungen produziert werden.

Global Recycled Standard (GRS): Diese Zertifizierung gewährleistet, dass die Produkte recycelte Materialien enthalten und der gesamte Produktionsprozess strengen Umwelt- und Sozialkriterien entspricht.

OEKO-TEX®: Das weltweit anerkannte Label OEKO-TEX® bescheinigt, dass Textilien frei von Schadstoffen sind und somit sowohl für Verbraucher als auch für die Umwelt unbedenklich sind.

Cradle to Cradle Certified®: Diese Zertifizierung bewertet Produkte anhand ihrer Umwelt- und Sozialleistung in fünf Kategorien: Materialgesundheit, Materialwiederverwendung, erneuerbare Energien, Wassermanagement und soziale Gerechtigkeit.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

5.1 Ethische Beschaffungspraktiken

Ethische Beschaffung ist das Herzstück nachhaltiger Mode und gewährleistet, dass jedes Material und jedes Produkt auf eine Weise beschafft wird, die Mensch und Umwelt gleichermaßen respektiert. Dieser Ansatz geht über die bloße Einhaltung von Vorschriften hinaus – er spiegelt ein Bekenntnis zu sozialer Verantwortung und Umweltschutz wider.

Transparenz ist entscheidend, denn Marken müssen die vollständige Rückverfolgbarkeit ihrer Lieferketten gewährleisten – von der Rohstoffgewinnung bis zur Endmontage. Dies ermöglicht es Verbrauchern nicht nur, informierte Kaufentscheidungen zu treffen, sondern verpflichtet Marken auch zur Rechenschaft für ihre Umweltauswirkungen.
Faire Arbeitsbedingungen sind ebenso wichtig, und Marken arbeiten zunehmend mit Lieferanten zusammen, die faire Löhne, sichere Arbeitsbedingungen und die Achtung der Arbeitnehmerrechte garantieren und sich oft an den Standards von Organisationen wie der Fair Labor Association orientieren.
Regelmäßige Lieferantenaudits spielen eine entscheidende Rolle bei der Aufrechterhaltung dieser Standards, indem sie dazu beitragen, Verbesserungspotenziale zu identifizieren und langfristige, ethische Partnerschaften zu gewährleisten.

5.2 Lokale und regionale Beschaffung

Die Beschaffung von Materialien und die lokale oder regionale Fertigung bieten vielfältige Vorteile sowohl für die Umwelt als auch für die lokale Wirtschaft:

Reduzierter CO2-Fußabdruck: Minimiert die Transportemissionen und stärkt die regionale Wirtschaft.
Kürzere Lieferketten: Verbessern die Reaktionsfähigkeit, die Qualitätskontrolle und die Beziehungen zu den Lieferanten.
Kulturerhalt: Zusammenarbeit mit lokalen Kunsthandwerkern zur Bewahrung traditioneller Handwerkskunst und des kulturellen Erbes.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

PROCUREMENT DECISION TREE

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

5.3 Partnerschaften und Kooperationen

Nachhaltige Mode profitiert enorm von Kooperationen. Durch Partnerschaften mit Recyclingunternehmen, NGOs, Materialinnovatoren und sogar anderen Modemarken können Marken geschlossene Kreislaufsysteme entwickeln und auf neue nachhaltige Ressourcen zugreifen:

Recycling- und Abfallwirtschaftsunternehmen: Partnerschaften mit Organisationen, die sich auf das Recycling von Textilien spezialisiert haben, können Marken dabei helfen, Abfall in neue Materialien zu verwandeln.

NGOs und Brancheninitiativen: Organisationen wie Fashion for Good und die Sustainable Apparel Coalition bieten Marken Plattformen, um Wissen auszutauschen, Zugang zu Finanzmitteln zu erhalten und bewährte Verfahren im Bereich Nachhaltigkeit zu übernehmen.

Materialinnovatoren: Die Zusammenarbeit mit Startups und Forschungseinrichtungen, die sich auf nachhaltige Materialien konzentrieren, kann Marken Zugang zu zukunftsweisenden Innovationen verschaffen.

Integration von Kreislaufwirtschaft in Modesysteme

6.1 Geschlossene Regelsysteme

Geschlossene Kreislaufsysteme revolutionieren die Modebranche, indem sie Materialien so lange wie möglich im Kreislauf halten und so Abfall und Ressourcenverbrauch drastisch reduzieren. Dieser Ansatz basiert auf dem Prinzip der Demontage: Kleidungsstücke sind so konzipiert, dass sie sich leicht auseinandernehmen lassen, wodurch die Materialien wiederverwendet oder recycelt werden können. Marken setzen zudem Rücknahmeprogramme ein, die Kundinnen und Kunden dazu anregen, getragene Artikel zur Reparatur, zum Weiterverkauf oder zum Recycling zurückzugeben. Darüber hinaus ermöglichen Materialrückgewinnungstechnologien wie das Faser-zu-Faser-Recycling die Umwandlung alter Textilien in neue, hochwertige Stoffe. Dies schließt den Kreislauf weiter und minimiert die Umweltbelastung.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

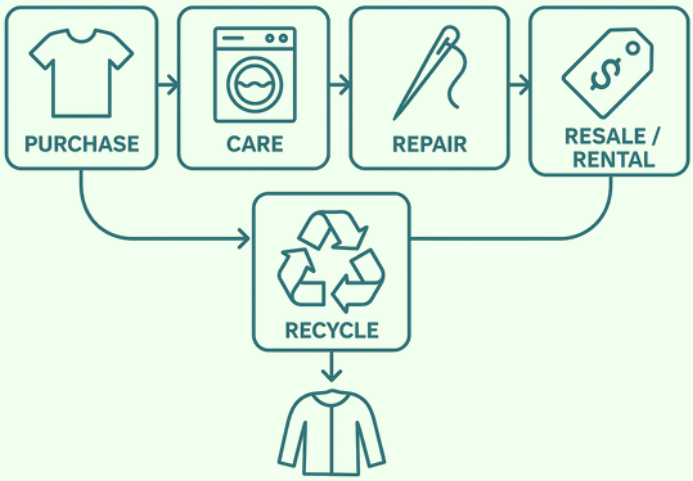
- **6.2 Verlängerte Produktlebenszyklen**

Die Verlängerung des Lebenszyklus von Modeprodukten ist unerlässlich, um Abfall zu reduzieren und Nachhaltigkeit zu fördern. Strategien hierfür umfassen:

Reparaturservice: Marken bieten Reparaturservices an, um Verbraucher dazu zu ermutigen, ihre Kleidungsstücke reparieren und pflegen zu lassen, anstatt sie wegzuwerfen.

Wiederverkaufs- und Mietmodelle: Der Aufstieg von Wiederverkaufsplattformen wie ThredUp und The RealReal sowie von Mietdiensten wie Rent the Runway erleichtert es Konsumenten, Mode zu erwerben, ohne sie direkt besitzen zu müssen. Diese Modelle halten Produkte im Umlauf und reduzieren die Nachfrage nach Neuware.

Verbraucheraufklärung: Die Aufklärung der Verbraucher über nachhaltige Pflegepraktiken – wie Waschen bei niedrigeren Temperaturen, Lufttrocknen und sachgemäße Aufbewahrung – kann die Lebensdauer von Kleidungsstücken deutlich verlängern. Marken teilen vermehrt Pflegetipps und veranstalten Workshops, um Verbraucher zu nachhaltigeren Entscheidungen zu befähigen (recycleclothing.com).



Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

7.1 Herausforderungen und Chancen

Nachhaltige Mode birgt zwar ein enormes Potenzial, steht aber auch vor erheblichen Herausforderungen. Materialbeschränkungen bleiben ein zentrales Problem, da recycelte und upgecycelte Materialien mit der Zeit oft an Qualität einbüßen, was die Haltbarkeit und Funktionalität beeinträchtigt. Auch die Skalierbarkeit stellt eine Herausforderung dar, da Upcycling und Kreislaufmodelle in der Regel arbeitsintensiv sind und Fachkenntnisse erfordern, wodurch ihre Eignung für den Massenmarkt eingeschränkt wird. Hinzu kommt der Kostenfaktor, der ein großes Hindernis darstellt, da nachhaltige Materialien und Zertifizierungen oft teurer sind und umweltfreundliche Alternativen somit für Marken und Konsumenten weniger zugänglich machen.

7.2 Möglichkeiten

Innovation: Fortschritte in der Biofabrikation, der digitalen Mode und den Recyclingtechnologien (z. B. Faser-zu-Faser-Recycling) schaffen nachhaltige Alternativen und reduzieren Abfall.

Verbrauchernachfrage: Das wachsende Bewusstsein und die zunehmende Vorliebe für Nachhaltigkeit, insbesondere bei jüngeren Verbrauchern, treiben das Marktwachstum für ethische Mode voran.

Politische Unterstützung: Regelungen wie die EU-Strategie für nachhaltige und zirkuläre Textilien und Brancheninitiativen (z. B. Fashion Pact) fördern verantwortungsvolle Praktiken und bieten Finanzierungsmöglichkeiten.

Zusammenarbeit: Partnerschaften zwischen Marken, Recyclingunternehmen und NGOs fördern gemeinsame Lösungen, während zirkuläre Geschäftsmodelle (Wiederverkauf, Vermietung, Reparatur) neue Einnahmequellen schaffen.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

Nachhaltige Produktion, Upcycling und bewusste Beschaffung sind die Säulen einer zirkulären Modezukunft. Durch effektive Marketingstrategien kann die Branche Rentabilität mit ökologischer und sozialer Verantwortung in Einklang bringen. Daher werden im nächsten Kapitel Marketingstrategien für Unternehmer im Bereich recycelter Mode vorgestellt.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

Fletcher, K. (2010). Slow Fashion: Eine Einladung zum Systemwandel. Fashion Practice, 2(2), 259–265.

McDonough, W., & Braungart, M. (2002). Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things. North Point Press.

Rissanen, T., & McQuillan, H. (2016). Zero Waste Fashion Design. Fairchild Books.

Niinimäki, K., Peters, G. M., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T. & Gwilt, A. (2020). Der ökologische Preis der Fast Fashion. Nature Reviews Earth & Environment, 1(4), 189–200.

WRAP. (2024). Textiles2030: Jahresbericht 2023–24. WRAP. https://wrap.org.uk/resources/report/textiles-2030-annual-progress-report-2023-24 wrap.ngo+1just-style.com+1

FashionforGood. (2022). Die nächste Generation von Materialien… aus Abfall. FashionforGood. https://fashionforgood.com/our_news/the-next-generation-of-materials-from-waste/ fashionforgood.com+2fashionforgood.com+2fashionforgood.com+2

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

10.1 Wichtige Veröffentlichungen und Toolkits

Ellen MacArthur Foundation. (2021). Kreislaufwirtschaftliche Geschäftsmodelle: Wachstum neu definieren für eine florierende Modeindustrie.
https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/fashion/overview

Global Fashion Agenda & BCG. (2017). Puls der Modeindustrie.
https://globalfashionagenda.org/publications-and-policy/pulse-of-the-industry

Textile Exchange. (2023). Material Change Insights Report 2023.
https://textileexchange.org (Gehen Sie zu „Insights“ > „Reports“)

Fashion Revolution. (2024). Fashion Transparency Index.
https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/

10.2 Online-Plattformen und -Communities

Gemeinsames Ziel – Eine Wissensplattform für Fachleute aus den Bereichen ethische und nachhaltige Mode.

Sustainable Apparel Coalition – Instrumente wie der Higg-Index zur Messung sozialer und ökologischer Auswirkungen.

Textile Exchange – Zertifizierungen, Materialvergleich und Beschaffungsberatung.

Circular Economy Club – Ein globales Netzwerk zur Förderung zirkulärer Innovationen.

10.3 Vorlagen und Checklisten (für interne Hilfsmittel oder Anhänge)

Upcycling Design Canvas – Leitfaden zur Herstellung neuer Gegenstände aus Abfallmaterialien.

Checkliste für nachhaltige Beschaffung – Kriterien zur Bewertung umweltbewusster Lieferanten.

Vorlage zur Rückverfolgbarkeit von Lieferanten – Erfasst, wo, wie und von wem Materialien beschafft werden.

Vergleichstabelle für Öko-Zertifizierungen – Übersicht über Siegel wie GOTS, OEKO-TEX®, Cradle to Cradle.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

Glossar (Ausgewählte Begriffe)

Upcycling – Die Wiederverwendung von ausrangierten Materialien zu höherwertigen Produkten.

Kreislaufwirtschaft – Ein Modell, das sich auf die Vermeidung von Abfall durch Wiederverwendung, Reparatur und Recycling konzentriert.

Rückverfolgbarkeit – Die Fähigkeit, die Geschichte und den Weg eines Produkts oder Materials nachzuverfolgen.

GOTS (Global Organic Textile Standard) – Führender Standard für die Zertifizierung von Biofasern.

Geschlossener Kreislauf – Ein System, in dem Abfälle unbegrenzt recycelt werden, wodurch Ressourcenverluste minimiert werden.

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Co-funded by the European Union

WISE FASHION

Lernmöglichkeiten zur Optimierung von Fähigkeiten in Anwendungen für recycelte Mode hin zu einer abfallbewussten Industrie

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Marken mit Sinn: Marketingstrategien für Unternehmer im Bereich recycelter Mode

Erstellt von: Serbia on the Move

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Marketing & Branding, Geschäftsplanung & Finanzmanagement für recycelte Mode

1. Einleitung: Warum ist Branding in der Recyclingmode wichtig?

Im Zeitalter von Klimawandel, Überkonsum und Umweltverschmutzung zählt die Modeindustrie zu den größten Umweltverschmutzern weltweit. Jedes Jahr landen Millionen Tonnen Kleidung auf Mülldeponien, während enorme Mengen an Wasser, Energie und Rohstoffen für die Herstellung neuer Textilien verbraucht werden. So entsteht ein Kreislauf, der sowohl dem Planeten als auch den Menschen schadet.

In diesem Kontext ist recycelte Mode nicht länger nur ein vorübergehender Trend – sie ist eine Notwendigkeit. Sie steht für den Wandel hin zu einer Kreislaufwirtschaft, in der Abfall in Ressourcen umgewandelt und Kleidung auf Langlebigkeit ausgelegt wird. Damit recycelte Mode jedoch ein breites Publikum erreicht und das Konsumverhalten beeinflusst, spielt das Branding eine entscheidende Rolle.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

2. Was ist eine Marke?

Branding ist mehr als ein Logo.

Branding wird oft fälschlicherweise nur mit einem Namen oder einem Logo gleichgesetzt. In Wirklichkeit ist eine Marke viel mehr:

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Es ist das Gefühl, das Menschen haben, wenn sie Ihr Produkt sehen, Ihren Namen hören oder Ihre Botschaft lesen.

Es ist deine Identität, aber auch dein Versprechen.
Es vermittelt nicht nur, was Sie verkaufen, sondern auch, woran Sie glauben.

Bei recycelter Mode ist diese Unterscheidung noch wichtiger. Eine nachhaltige Marke muss sowohl Stil als auch Sinn vermitteln. Menschen kaufen heute nicht einfach nur Kleidung – sie kaufen Werte, Überzeugungen und ein Gefühl der Zugehörigkeit.

Ihre Marke muss klar und deutlich kommunizieren:
„Wir kümmern uns um unseren Planeten. Wir verändern das System."

3. Ihre Geschichte erzählen: Das Herzstück einer werteorientierten Marke

Erfolgsgeschichten: Wie man von Führungskräften lernt

Veja – Nachhaltige Sneaker mit einer Mission

Veja ist eine Marke, die Sneaker aus recycelten und organischen Materialien herstellt. Ihre Stärke liegt in Transparenz und ihren Werten. Kunden kaufen nicht nur Schuhe, sondern auch Ehrlichkeit, Nachhaltigkeit und die Initiative für bessere Praktiken.

Patagonia – Ein Pionier in Sachen Recyclingmode

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Patagonia, gegründet 1973, ist zu einem globalen Symbol für verantwortungsvolle Mode geworden. Lange bevor Nachhaltigkeit populär wurde, experimentierte die Marke bereits mit recycelten Materialien.

Recycelte Materialien: Seit 1993 verwenden sie recycelte Plastikflaschen zur Herstellung von Fleecejacken.

Das „Worn Wear"-Programm: Es fördert die Reparatur, Wiederverwendung und das Recycling von Kleidungsstücken anstelle des endlosen Konsums.

Aktivismus: Patagonia investiert einen Teil seiner Gewinne in Umweltprojekte und nutzt seine Stimme offen, um für den Planeten zu kämpfen.

Transparenz: Die Kunden wissen genau, woher die Materialien stammen und wer die Kleidung herstellt.

Das Ergebnis? Kundenvertrauen, starke Umsätze und eine globale Bewegung. Patagonia beweist, dass Branding in der nachhaltigen Mode nicht nur Marketing ist – es ist gelebte Praxis.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

4. Markenidentität in der Praxis: Name, Logo, Farben und Slogan.

Fallstudie: Wise Fashion. Wise Fashion ist eine Konzeptmarke, die auf bewusster und verantwortungsvoller Mode basiert – Kleidung, die den Planeten schützt, anstatt ihm zu schaden. Ihre Markenidentität vereint Ästhetik, Nachhaltigkeit und eine klare Botschaft: Mode kann sowohl schön als auch eine kluge Wahl sein.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Farben: Das dominante Grün symbolisiert Natur, Frische und Vertrauen. Das minimalistische Farbdesign unterstreicht den Grundsatz „Weniger ist mehr“.

Logo: Eine Schneiderpuppe (Handwerkskunst) kombiniert mit einem Blatt (Natur). Diese Balance vermittelt sowohl Stil als auch Ökologie.

Botschaft: Intelligente Mode ist mehr als nur Kleidung. Sie ist eine Bewegung hin zu bewussten Entscheidungen und einer besseren Zukunft.

5. Die richtigen Medien für die Werbung auswählen: Wo und wie Sie Ihre Marke bewerben können.

Soziale Medien gehören zu den wirkungsvollsten – und kostengünstigsten – Instrumenten für nachhaltige Marken. Die Strategie sollte sich auf Aufklärung, Inspiration und Interaktion konzentrieren.

Bildungsinhalte: Beiträge über die Auswirkungen der Mode auf die Umwelt, die Vorteile von recycelter Mode und praktische Tipps wie „Wie Sie die Lebensdauer Ihrer Kleidung verlängern können“.

Inspirierendes Storytelling: Zeigen Sie den Weg von recycelten Materialien zum fertigen Design. Nutzen Sie Videos, Showreels und visuelle Elemente, die sowohl Schönheit als auch Verantwortung hervorheben.

Community-Engagement: Nutzen Sie Umfragen, Herausforderungen und Fragerunden, um den Dialog zu fördern und Loyalität aufzubauen.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Konzentriere dich auf Facebook auf den Aufbau von Gruppen und das Teilen längerer Beiträge zum Thema Umweltschutz.
Auf Instagram sollten Sie auf aussagekräftige Bilder, Videos zum Recyclingprozess und nutzergenerierte Inhalte (UGC) setzen. Hashtags wie #WearTheChange und #SustainableStyle helfen Ihnen, ein breiteres Publikum zu erreichen.

6. Effiziente Marketingstrategien mit geringem Budget.

Für neue, nachhaltige Marken ist zum Aufbau von Bekanntheit kein riesiges Budget erforderlich. Was es braucht, sind Kreativität, Authentizität und Beständigkeit.

1. Storytelling als Branding-Instrument: Erzählen Sie, woher das Material stammt, wie es recycelt wurde und wer es hergestellt hat. Menschen fühlen sich zu Geschichten hingezogen, nicht nur zu Produkten.

2. Soziale Medien als Hauptkanal Nutzen Sie kostenlose organische Werbung durch visuelle Inhalte: kurze Videos, Vorher/Nachher-Verwandlungen durch Recycling und Clips hinter den Kulissen.

3. Nutzergenerierte Inhalte (UGC): Ermutigen Sie Kunden, Fotos mit markenspezifischen Hashtags zu teilen. Dies schafft kostenlos Vertrauen und eine Community.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

4. Mikro-Influencer & Öko-Botschafter: Arbeiten Sie mit kleinen, aber engagierten Influencern (500–5.000 Follower) zusammen, denen Nachhaltigkeit wirklich am Herzen liegt. Ihre Authentizität schafft Glaubwürdigkeit.

5. Weiterbildung als Markenwert: Stellen Sie kostenlose Ressourcen wie Mini-Ratgeber („5 Tipps, wie Ihre Kleidung länger hält“) zur Verfügung. Dadurch positioniert sich Ihre Marke als verantwortungsbewusst und kompetent.

6. Minimalistische visuelle Identität: Setzen Sie auf einfache, wiedererkennbare visuelle Elemente – klare Typografie, Grüntöne und von der Natur inspirierte Symbole. Dies sorgt für ein einheitliches Erscheinungsbild auf allen Plattformen.

7. Community statt nur Kunden: Veranstalten Sie Live-Fragerunden, Workshops oder Kleidertauschbörsen. Positionieren Sie Ihre Marke als Bewegung, nicht nur als Unternehmen.

7. Zielgruppe definieren: Für wen designen Sie?

Die Zielgruppe für recycelte und nachhaltige Mode geht über traditionelle Bekleidungskäufer hinaus. Es handelt sich um bewusste Konsumenten, die:
1. Achten Sie auf ihre Umweltauswirkungen.
2. Qualität geht vor Quantität.
3. Unterstützen Sie ehrliche, transparente und verantwortungsbewusste Marken.

Co-funded by the European Union
Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

4. Wert auf Ästhetik in Verbindung mit Ethik.

Für diese Zielgruppe zu designen bedeutet, eine Marke zu schaffen, die mehr als nur Kleidung ist – sie ist ein Lebensstil und ein Bekenntnis zu Werten.

8. Wichtigste Erkenntnisse und nächste Schritte

Nachdem die Grundlagen für Markenbildung und Werbung geklärt sind, stellt sich die Frage: Wie geht es weiter und wie setzt man Ideen in die Realität um? Hier sind die empfohlenen nächsten Schritte für alle, die eine Marke für recycelte Mode gründen oder ausbauen möchten:

1. Definieren Sie Ihre Kernwerte und Ihre Mission.

Halten Sie fest, wofür Ihre Marke steht. Entscheiden Sie, ob Ihr Fokus auf Recycling, Upcycling, Kreislaufwirtschaft oder einer Kombination liegen soll. Erstellen Sie ein Leitbild, das sich in einem Satz formulieren lässt (z. B. „Mode, die Abfall ein zweites Leben schenkt“).

2. Klein anfangen, testen und lernen

Entwickeln Sie eine kleine erste Kollektion oder sogar eine Capsule-Linie aus recycelten Materialien. Testen Sie Ihre Produkte mit einer kleinen Kundengruppe, holen Sie Feedback ein und optimieren Sie Ihre Designs. Denken Sie daran: Qualität und Storytelling sind am Anfang wichtiger als Quantität.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

3. Eine starke Online-Präsenz aufbauen

Erstelle eine einfache, aber professionelle Website oder einen Online-Shop. Nutze Instagram und Facebook, um deine Geschichte zu erzählen und deine erste Community aufzubauen. Poste regelmäßig, auch wenn es nur ein- oder zweimal pro Woche ist, um sichtbar zu bleiben.

4. Partnerschaften eingehen

Kooperieren Sie mit lokalen Kunsthandwerkern, Recyclingorganisationen oder Öko-Läden.
Arbeiten Sie mit Mikro-Influencern zusammen, die Ihre Werte wirklich teilen.
Diese Partnerschaften vergrößern Ihre Reichweite ohne hohe Kosten.

5. Messen Sie Ihre Wirkung

Erfassen Sie, wie viel Abfall Sie recyceln oder wie viele Kleidungsstücke Sie vor der Mülldeponie bewahren. Teilen Sie diese Ergebnisse mit Ihrem Publikum – Zahlen schaffen Glaubwürdigkeit und Vertrauen.

5. Messen Sie Ihre Wirkung

Erfassen Sie, wie viel Abfall Sie recyceln oder wie viele Kleidungsstücke Sie vor der Mülldeponie bewahren. Teilen Sie diese Ergebnisse mit Ihrem Publikum – Zahlen schaffen Glaubwürdigkeit und Vertrauen.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

6. Wachstumsplan erstellen

Sobald Sie eine treue Community aufgebaut haben, sollten Sie über Expansion nachdenken: neue Kollektionen, Pop-up-Stores oder Kooperationen. Bleiben Sie Ihrer Mission treu, während Sie wachsen. Ihre Kunden werden Ihnen folgen, wenn sie spüren, dass Ihre Authentizität erhalten bleibt.

Selbstbewertungstest

1. Warum ist recycelte Mode heute wichtig?
a) Weil es immer günstiger ist als neue Kleidung.
b) Weil sich Modetrends schnell ändern. c) Weil es Abfall reduziert und Ressourcen spart. d) Weil die Leute den Retro-Stil mögen.

(Richtige Antwort: c)

2. Was muss eine Marke im Bereich Recyclingmode kommunizieren?
a) Nur niedrige Produktpreise b) Nur moderne Kleidung
c) Stil und Zweckmäßigkeit – Werte und Verantwortung für den Planeten d) Nur ein originelles Logo

(Richtige Antwort: c)

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

3. Welches Unternehmen ist für sein „Worn Wear“-Programm bekannt, das die Reparatur und Wiederverwendung von Kleidung fördert?
a) Zara b) Patagonia c) H&M d) Nike

(Richtige Antwort: b)

4. Welche Strategie empfiehlt sich zur Förderung nachhaltiger Marken mit einem kleinen Budget?
a) Teure Fernsehwerbung b) Bezahlte Anzeigen in Modemagazinen c) Storytelling, soziale Medien und Mikro-Influencer d) Eröffnung von Luxusboutiquen

(Richtige Antwort: c)

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Geschäftsplanung und Finanzmanagement für recycelte Mode

Von der Idee zur Umsetzung: Geschäftsplanung und finanzielle Grundlagen für Unternehmer im Bereich Recyclingmode

1. Bausteine eines einfachen Geschäftsplans
Ein Businessplan ist ein Fahrplan, der eine Idee in strukturierte Maßnahmen umsetzt. Im Folgenden sind die wichtigsten Bausteine aufgeführt.
2.1 Zusammenfassung Was ist das?: Ein prägnanter Überblick über die Geschäftsidee, Mission, Vision und Ziele.
Warum das wichtig ist: Investoren und Stakeholder lesen oft nur die Zusammenfassung, bevor sie sich für die weitere Vorgehensweise entscheiden (Scarborough, 2018).
Aufgabe: Verfassen Sie einen Entwurf mit 5–6 Sätzen, in dem Sie Ihre Idee für Recyclingmode zusammenfassen.

2.2 Geschäftsbeschreibung

Was es ist: Eine detaillierte Beschreibung des Unternehmens, seiner Rechtsform, seiner Geschichte und seines Alleinstellungsmerkmals.
Relevanz für Recyclingmode: Hervorhebung, wie das Unternehmen zu Nachhaltigkeit, Abfallvermeidung und ethischen Modepraktiken beiträgt (Fletcher & Tham, 2019).
Aufgabe: Schreiben Sie einen Absatz, in dem Sie Ihre Marke und ihre Alleinstellungsmerkmale beschreiben.

Co-funded by the European Union
Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

2.3 Geschäftsmodell

Was es ist: Die Logik, wie das Unternehmen Wert schafft, liefert und abschöpft (Osterwalder & Pigneur, 2010). Für Recyclingmode: Dies könnte den Verkauf einzigartiger Upcycling-Produkte, die Durchführung von Workshops oder das Angebot von abonnementbasierten Kleidertauschprogrammen umfassen.

Aufgabe: Erstellen Sie ein Diagramm, das Ihre Geschäftseingaben, Prozesse und Einnahmequellen darstellt.

2.4 Operationsplan

Worum es geht: Wie das Unternehmen im Tagesgeschäft funktionieren wird.

Beinhaltet: Produktion, Lieferanten, Logistik und Lieferung (Barringer & Ireland, 2019).

Bei recycelter Mode sollte der Fokus auf umweltfreundlicher Materialbeschaffung, abfallarmer Produktion und umweltfreundlicher Verpackung liegen (Henninger et al., 2016).

Aktivität: Bilden Sie die Produktionsschritte von der Beschaffung bis zum Kunden ab.

2.5 Finanzplan

Worum es geht: Die Zahlen, die die Rentabilität eines Unternehmens beweisen.

Beinhaltet: Anlaufkosten, laufende Kosten, Preisgestaltung und Umsatzprognosen.

Warum das wichtig ist: Eine solide Finanzplanung sichert Überleben und Wachstum (Scarborough, 2018). Fokus auf recycelte Mode: Die Preisgestaltung sollte Bezahlbarkeit mit fairen Löhnen und nachhaltiger Beschaffung in Einklang bringen (Niinimäki & Hassi, 2011).

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Aufgabe: Berechnen Sie die Kosten eines Produkts und legen Sie einen Verkaufspreis fest. a)

3. Schritte der Budgetplanung

Schätzen Sie Ihr Produktionsvolumen
Legen Sie fest, wie viele Produkte Sie monatlich herstellen und verkaufen möchten.
Beispiel: 20 upgecycelte Jeansjacken.

2. Listen Sie Ihre variablen Kosten auf (Kosten, die sich mit der Produktion ändern).
Recycelte Materialien (z. B. Secondhand-Jeans: 10 € pro Jacke) Arbeitskosten (Nähen: 12 € pro Jacke)
Verpackung und Versand (z. B. 4 € pro Jacke)
→ Variable Kosten pro Jacke = 26 €

3. Fixkosten berechnen

4. Ermitteln Sie die Gesamtkosten pro Produkt. Teilen Sie die Fixkosten durch die Anzahl der Produkte und addieren Sie dann die variablen Kosten.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Fixkosten pro Jacke: 600 € ÷ 20 = 30 €
Gesamtkosten pro Jacke = 26 € + 30 € = 56 €

5. Legen Sie Ihren Preis fest. Fügen Sie eine Gewinnspanne hinzu. Wenn Sie beispielsweise eine Gewinnspanne von 30 % wünschen:
Verkaufspreis = 56 € × 1,3 = 72,80 €

6. Berechnen Sie Ihren Break-Even-Punkt: Break-Even = Fixkosten ÷ (Verkaufspreis – Variable Kosten)
600 € ÷ (72,80 € – 26 €) = 600 € ÷ 46,80 € = 13 Jacken

- → Sie müssen mindestens 13 Jacken pro Monat verkaufen, um Ihre Kosten zu decken.

Fazit: Sie müssen mindestens 13 Jacken pro Monat verkaufen, um Ihre Kosten zu decken.

Werkzeuge, die Sie verwenden können
Tabellenkalkulationen (Excel, Google Sheets) – einfach für Berechnungen.

Kostenlose Buchhaltungs-Apps wie Wave oder Zoho helfen Ihnen, Ausgaben und Umsätze zu verfolgen.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

4. Grundlagen der Finanzprognose und des langfristigen Denkens

Bei Prognosen geht es darum, Einnahmen und Ausgaben im Zeitverlauf vorherzusagen. Für Startups können einfache Prognosen Folgendes umfassen:

1. Break-Even-Analyse: Wann die Einnahmen die Kosten decken.

2. Umsatzprognosen: Basierend auf einer realistischen Marktnachfrage.

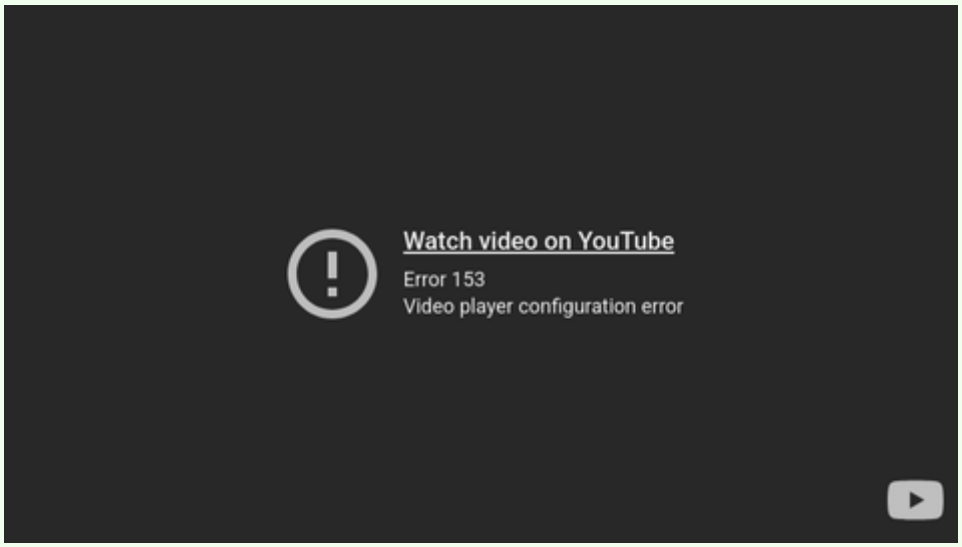
3. Cashflow-Prognose: Sicherstellung der Liquidität zur Bezahlung von Lieferanten und Mitarbeitern.

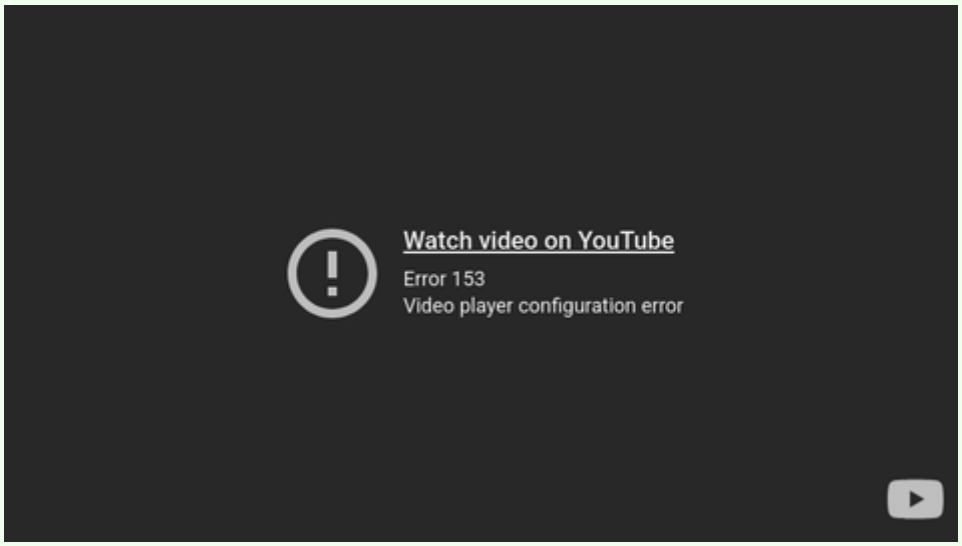
Bei der Prognose für Recyclingmode müssen auch Angebotsschwankungen (Verfügbarkeit von Secondhand-Materialien) und saisonale Nachfrageschwankungen (z. B. im Weihnachtsgeschäft) berücksichtigt werden. Langfristiges Denken ermutigt Unternehmer, verantwortungsvoll zu wachsen und dabei die Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt zu stellen (Fletcher & Tham, 2019).

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

5. Inspirierende Geschichten junger Unternehmer





Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

5.
Selbstbewertungstest

Frage 1: Was ist der Hauptzweck der Erstellung eines Budgets für ein Unternehmen im Bereich recycelter Mode?
a) Um Investoren zu beeindrucken b) Um Kosten zu verstehen und Ausgaben zu kontrollieren c) Um Steuern zu erhöhen d) Um die Erstellung eines Businessplans zu vermeiden Richtige Antwort: b) Um Kosten zu verstehen und Ausgaben zu kontrollieren

Frage 2 Wenn die monatlichen Fixkosten 500 € betragen und die variablen Kosten pro Produkt 15 € betragen, wie hoch sind die Gesamtkosten für die Herstellung von 10 Stück?
a) 150 € b) 500 € c) 650 € d) 350 € Richtige Antwort: c) 650 € (Erklärung: 500 € fix + (15 € × 10) variabel = 650 €)

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Frage 3 Wenn die Herstellung einer Jacke 40 € kostet und Sie eine Gewinnspanne von 25 % erzielen möchten, wie hoch sollte der Verkaufspreis sein?
a) 45 € b) 50 € c) 55 € d) 60 € Richtige Antwort: b) 50 € (Erklärung: 40 € × 1,25 = 50 €)

Frage 4 Was bedeutet der Begriff „Gewinnschwelle“?
a) Der Zeitpunkt, an dem Sie einen Artikel zum ersten Mal verkaufen. b) Die Anzahl der Produkte, die Sie verkaufen müssen, um alle Kosten zu decken. c) Der Betrag, den Sie nach Abzug des Gewinns behalten. d) Der Zeitpunkt, an dem Ihre Kosten sinken. Richtige Antwort: b) Die Anzahl der Produkte, die Sie verkaufen müssen, um alle Kosten zu decken.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Referenzen:

Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2019). Unternehmertum: Erfolgreicher Start neuer Projekte (6. d.). Pearson .

Fletcher, K., & Tham, M. (2019). Mode und Nachhaltigkeit: Design für Veränderung. Laurence King Veröffentlichung.

Henninger, C. E., Alevizou, P. J., & Goworek, H. (2016) . Nachhaltigkeit in der Mode: Ein Überblick und zukünftige Wege. Journal of Fashion Marketing and Management, 20(4), 4 0 0 – 4 1 6 .

Niini Makiki, K., & Hassi, L. (2011). Emerging Design Strategien für nachhaltige Produktion und Konsum von Textilien und Mode. Journal of Cleaner Production. 1 9 (1 6) , 1 8 7 6 – 1 8 8 3 .

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Geschäftsmodell Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Gamechanger und Herausforderer. John Wiley & Sons.

Scarborough, N. M. (2018). Essentials of Unternehmensführung und Kleinunternehmensmanagement (9. e d .). P e a r son .

You Tu be . (2 0 2 4). Inspirierende Geschichten von Jüngeren en t re pre n e u rs [Video] . https t t p s : / / www. you u t u b e. c o m / watch ? v = 7 i 0 Q M n z 4 E x Y

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

WISE FASHION

Lernmöglichkeiten zur Optimierung von Fähigkeiten in Anwendungen für recycelte Mode hin zu einer abfallbewussten Industrie

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Ethik der recycelten Mode

Erstellt von:
Innovation Incubator Foundation

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Ethische und soziale Überlegungen bei recycelter Mode

Mode ist ein fester Bestandteil unserer Gesellschaft, und übermäßige Modeproduktion hat nicht nur tiefgreifende ökologische Auswirkungen, sondern wirft auch spezifische ethische und soziale Fragen auf.

Der Aufstieg der Fast Fashion hat in Ländern mit niedrigem und mittlerem Einkommen zu Umweltungerechtigkeit, Abfallkolonialismus und ausbeuterischen Arbeitspraktiken geführt. Das wachsende Umweltbewusstsein der Verbraucher trägt zwar dazu bei, Konsummuster zu verändern und eine ethischere Produktion zu fördern, doch ohne Transparenz greifen Marken oft zu Greenwashing, um umweltfreundlicher zu erscheinen, als sie tatsächlich sind. Diese Praxis ist schädlich, da sie Kunden in dem Glauben wiegt, eine bessere Wahl getroffen zu haben, und das Vertrauen in alle umweltbewussten Initiativen untergräbt.

Recycelte Mode ist eine Alternative zur nie endenden Produktion neuer Kleidung. Sie kann viele Formen annehmen: das Zerkleinern alter Textilien zum Spinnen neuer Garne, das chemische Aufspalten von Fasern zur Herstellung neuer Fasern, die Wiederverwendung und der Weiterverkauf von Artikeln (Plattformen wie Vinted wären ein gutes Beispiel), Downcycling (die Umwandlung alter Textilien in etwas von geringerem Wert, zum Beispiel Baumwollkleidung in Industrieputztücher) und Upcycling (die kreative Umwandlung alter Textilien in höherwertige Artikel).

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Ethische und soziale Überlegungen bei recycelter Mode

Recyclingpraktiken in der Mode unterstützen einen verantwortungsvollen Modekonsum und eine Wertschöpfungskette durch lokale Reparaturwirtschaften und haben somit einen positiven Einfluss auf die Umwelt.

Laut BCG (1) werden 80 % aller aussortierten Kleidungsstücke weder wiederverwendet noch recycelt, sondern landen auf Mülldeponien oder in Verbrennungsanlagen. Zum Vergleich: Im Jahr 2024 entsorgten wir so viel Kleidung, dass man damit 200 Olympiastadien füllen könnte. Davon wurden bis zu 12 % wiederverwendet und weniger als 1 % recycelt (1). Warum ist das so wichtig? Die Modeindustrie ist für rund 10 % der globalen Treibhausgasemissionen verantwortlich (2). Die Textilproduktion trägt zu 92 % (1) dieser Emissionen bei. Da sich die Textilproduktion seit dem Jahr 2000 mehr als verdoppelt hat, setzt recycelte Mode an der Wurzel des Problems an: der nie endenden Produktion neuer Stoffe.

Quellen:

1. Sajdeh, R., Martinez-Pardo, C., Meyer zum Felde, A., Lange, T., Tieri, E. & Evans, E. (12. August 2025). Textilabfälle in Wertstoffe verwandeln. Boston Consulting Group. Mode ist ein fester Bestandteil unserer Gesellschaft, und übermäßige Modeproduktion hat nicht nur tiefgreifende ökologische Folgen, sondern wirft auch spezifische ethische und soziale Fragen auf.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Ethische und soziale Überlegungen bei recycelter Mode

Recycelte Mode ist eine Alternative zur nie endenden Produktion neuer Kleidung. Sie kann viele Formen annehmen: das Zerkleinern alter Textilien zum Spinnen neuer Garne, das chemische Aufspalten von Fasern zur Herstellung neuer Fasern, die Wiederverwendung und der Weiterverkauf von Artikeln (Plattformen wie Vinted wären ein gutes Beispiel), Downcycling (die Umwandlung alter Textilien in etwas von geringerem Wert, zum Beispiel Baumwollkleidung in Industrieputztücher) und Upcycling (die kreative Umwandlung alter Textilien in höherwertige Artikel).

2. Rahmenübereinkommen der Vereinten Nationen über Klimaänderungen. (6. September 2018). Die UN unterstützt die Modeindustrie beim Übergang zu einer kohlenstoffarmen Produktion. Mode ist ein fester Bestandteil unserer Gesellschaft, und übermäßige Modeproduktion hat nicht nur tiefgreifende ökologische Auswirkungen, sondern wirft auch spezifische ethische und soziale Fragen auf.

Der Aufstieg der Fast Fashion hat in Ländern mit niedrigem und mittlerem Einkommen zu Umweltungerechtigkeit, Abfallkolonialismus und ausbeuterischen Arbeitspraktiken geführt. Das wachsende Umweltbewusstsein der Verbraucher trägt zwar dazu bei, Konsummuster zu verändern und eine ethischere Produktion zu fördern, doch ohne Transparenz greifen Marken oft zu Greenwashing, um umweltfreundlicher zu erscheinen, als sie tatsächlich sind. Diese Praxis ist schädlich, da sie Kunden in dem Glauben wiegt, eine bessere Wahl getroffen zu haben, und das Vertrauen in alle umweltbewussten Initiativen untergräbt.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Ethik der recycelten Mode

Übermäßiger Modekonsum ist zwar ein globales Problem, doch die europäischen Statistiken spiegeln internationale Trends wider. Laut der Europäischen Umweltagentur produzierten die 27 Mitgliedstaaten der Europäischen Union im Jahr 2022 16 Kilogramm Textilabfall pro Einwohner – insgesamt schätzungsweise 6,94 Millionen Tonnen Textilabfall (2).

Die schlechte Nachricht: EU-weit wurden pro Person rund 11,1 kg Textilien und Schuhe nicht getrennt gesammelt und konnten somit nicht recycelt oder wiederverwendet werden (2). Weltweit beläuft sich der Wert der durch Textilabfälle verlorenen Rohstoffe auf 150 Milliarden US-Dollar, die im Müll landeten, anstatt in die Produktion zurückzukehren. Zum Vergleich: Laut derselben Quelle würden bereits 25 % der Textilabfälle ausreichen, um die jährlichen Materialkosten der 30 größten Modeunternehmen der Welt zu decken (1).

Die übermäßige Modeproduktion wirft viele ethische Fragen auf: Sie maximiert die Mikroplastikverschmutzung, schafft gigantische Mülldeponien in einkommensschwachen Ländern und erhöht den Energie- und Wasserverbrauch in einer Welt, in der Wasser von Jahr zu Jahr zu einem knapperen Gut wird.

Recycling in all seinen Formen gleicht einen Teil des Schadens aus, vor allem dann, wenn es eine langfristige Kreislaufwirtschaft unterstützt.

Das Problem entsteht, wenn Recycling nur Fassade ist und nicht so umweltfreundlich oder ethisch vertretbar wie versprochen. Greenwashing, die Auslagerung der Abfallentsorgung an benachteiligte Gemeinschaften oder chemisches Recycling mit giftigen Substanzen schaffen völlig neue Probleme und scheinen in der Branche leider im Trend zu liegen.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Ethik der recycelten Mode

Ethisches Recycling ist ökologisch, sozial und ökonomisch gerecht und konzentriert sich auf konkrete Auswirkungen, nicht auf schöne Unternehmensstatistiken. Im Idealfall reduziert es Textilabfälle, fördert verantwortungsvollen Modekonsum, stärkt das Umweltbewusstsein, regt die menschliche Kreativität an und unterstützt die lokale Wirtschaft durch Kleinproduktion, Reparatur und Wiederverkauf.

Quellen:
1. Sajdeh, R., Martinez-Pardo, C., Meyer zum Felde, A., Lange, T., Tieri, E. & Evans, E. (2025, 12. August). Textilabfälle in Wert verwandeln. Boston Consulting Group. https://www.bcg.com/publications/2025/spinning-textile-waste-into-value
2. Europäische Umweltagentur. (21. Mai 2024). Management von gebrauchten und abfällen Textilien in der europäischen Kreislaufwirtschaft. https://www.eea.europa.eu/en/circularity/sectoral-modules/textiles/textile-waste-generation-per-person-in-the-eu-per-year

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

50 Schattierungen von Greenwashing

Wenn Nachhaltigkeit nur noch ein Marketinginstrument ist und Marken übertriebene oder irreführende Behauptungen über die recycelten Ursprünge ihrer Produkte aufstellen, spricht man von Greenwashing.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

50 Schattierungen von Greenwashing

Greenwashing ist allgegenwärtig und beginnt oft mit irreführenden Etiketten auf Kleidung.

Ein Beispiel: Eine Fast-Fashion-Marke bringt eine „umweltfreundliche“ Linie auf den Markt, auf deren Etiketten überall Wörter wie „nachhaltig“ und „umweltbewusst“ stehen und auf der nur ein winziger Hinweis darauf zu finden ist, dass tatsächlich nur 7 % des Materials recycelt sind.

Ein weiteres Rezept für Greenwashing? Große Versprechungen, edle Initiativen und minimale Transparenz. Wenn eine Marke Recyclinginitiativen bewirbt und Textilien sammelt, aber den Anteil recycelter Artikel nicht offenlegt, sind die Zahlen wahrscheinlich nicht beeindruckend. Oft wird bei Recyclingkampagnen verschwiegen, dass die meisten gesammelten Artikel downgecycelt (zu minderwertigen Produkten wie Putzlappen verarbeitet) oder in einkommensschwache Länder exportiert werden.

Manchmal behaupten Marken, recycelte Materialien zu verwenden, doch dabei wird wenig bis gar keine Nachhaltigkeit berücksichtigt. So entstehen Kleidungsstücke, die nur wenige Male getragen werden können, bevor sie entsorgt werden müssen.

Wenn sie regelmäßig Kollektionen aus recycelter Mode auf den Markt bringen, um Nachhaltigkeitsversprechen abzugeben, während sie gleichzeitig ihre Gesamtproduktion und ihren Wasserverbrauch Jahr für Jahr steigern, ist das ein weiteres Beispiel für geschickt verpacktes Greenwashing.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

50 Schattierungen von Greenwashing

Das beste Mittel gegen Greenwashing ist Verbraucheraufklärung, unterstützt durch Markentransparenz. Verifizierbare Datenquellen und ein ausgeprägtes Umweltbewusstsein lassen übertriebenen Behauptungen kaum Raum. Die Produktion großer Mengen kurzlebiger Kleidung aus Recyclingmaterialien ist unethisch, selbst wenn sie als „umweltfreundlich“ vermarktet wird.

Greenwashing ist eine Form der Kundentäuschung, die das Vertrauen der Menschen in nachhaltige Initiativen untergräbt, die für eine echte Wirkung notwendigen systemischen Veränderungen verzögert und die ökologische Verantwortung größtenteils auf die Kunden statt auf die Hersteller verlagert.

Hier sind einige Fragen, die dabei helfen, Greenwashing-Kampagnen zu erkennen:
Sind die Angaben auf dem Etikett anhand realer Daten leicht überprüfbar?
Wie viele Artikel der Öko-Linie bestehen tatsächlich aus recycelten Materialien?
Wie hoch ist der Anteil an recycelten Textilien in der Produktion?
Wird die Sammlung in großen Mengen produziert?
Wie transparent ist ihre Lieferkette?

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Transparenz in der Modebranche und EU-Textilstrategien

Während die Müllberge weltweit immer größer werden und ein Kleidungsstück in Europa durchschnittlich 7 bis 10 Mal getragen wird, bevor es entsorgt wird (1), arbeitet die EU an Textilstrategien zur Bekämpfung von Textilabfällen. Der erste Schritt ist bereits getan: Gemäß den neuen EU-Abfallgesetzen müssen alle Mitgliedstaaten separate Sammelstellen für Textilabfälle einrichten. Textilabfälle dürfen nicht mehr mit dem allgemeinen Hausmüll vermischt werden und können somit recycelt werden.

Die EU-Strategie für nachhaltige und zirkuläre Textilien hat zum Ziel, den Textilsektor bis 2030 grundlegend zu verändern. Der EU-Textilmarkt der Zukunft soll mit langlebigen, recycelbaren und recycelten Kleidungsstücken gefüllt sein, die den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft entsprechen und während ihrer Lebensdauer mehrfach wiederverwendet, repariert und umfunktioniert werden können.

Folgende Schritte wird die EU unternehmen, um eine bessere Zukunft für die Textilindustrie zu gestalten:

- **Einführung verbindlicher Ökodesign-Anforderungen: Die Verlängerung der Lebensdauer von Textilprodukten verringert deren Klimabelastung. Daher wird die EU verbindliche, produktspezifische Ökodesign-Anforderungen an Haltbarkeit, Reparierbarkeit, Wiederverwendbarkeit und Recyclingfaseranteil entwickeln (2).**

- **Systemische Transparenz und Verbot der Vernichtung unverkaufter oder zurückgesendeter Produkte: Große Unternehmen werden verpflichtet, die Anzahl der von ihnen entsorgten oder vernichteten Produkte, einschließlich Textilien, öffentlich offenzulegen (2). Zudem wird die Vernichtung unverkaufter Produkte jeglicher Art, einschließlich Retouren, verboten.**

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Transparenz in der Modebranche und EU-Textilstrategien

Reduzierung der Mikroplastikverschmutzung: Textilien aus synthetischen Fasern (z. B. Polyester) gehören zu den Hauptquellen unbeabsichtigter Mikroplastikfreisetzung. Mikroplastik verunreinigt unsere Nahrungsketten, schädigt Tiere und ist nicht biologisch abbaubar; es verbleibt jahrhundertelang in unseren Ökosystemen. Die größte Menge an Mikroplastik wird bei den ersten 5–10 Wäschen freigesetzt (insbesondere bei Fast-Fashion-Kleidung). Die EU will das Problem durch verbindliche Designvorgaben, Vorwäsche in industriellen Produktionsanlagen sowie spezielle Waschmaschinenfilter und milde Waschmittel angehen, die die beim Waschen freigesetzte Mikroplastikmenge minimieren (2).

Quellen:

Sustainability Directory. (20. September 2025). EU-Regulierungen fördern Transparenz in der Modebranche und Abfallreduzierung. https://news.sustainability-directory.com/fashion/eu-regulations-drive-fashion-transparency-and-waste-reduction

Europäische Kommission. (30. März 2022). Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: EU-Strategie für nachhaltige und zirkuläre Textilien (KOM/2022/141 final). https://environment.ec.europa.eu/document/download/74126c90-5cbf-46d0-ab6b-60878644b395_en?filename=COM_2022_141_1_EN_ACT_part1_v8.pdf

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Transparenz in der Modebranche und EU-Textilstrategien

Die neue EU-Textilstrategie zielt darauf ab, die Wiederverwendung und Reparatur von Textilien rentabel und erschwinglich zu gestalten. Textilreparaturdienste sollen europaweit verfügbar sein, und Textilabfälle sollen auf ein Minimum reduziert werden. Deponien sollen nach der ersten Verwendung nicht mehr die letzte Entsorgungsmöglichkeit für Textilien darstellen. Recycling wird gesetzlich vorgeschrieben.

- **Einführung eines digitalen Produktpasses für Textilien: Jedes Textilprodukt wird mit einem digitalen Datensatz versehen, der Informationen über seine Kreislauffähigkeit (Ist es recycelbar? Kann es repariert werden, wenn es reißt?), seine Faserzusammensetzung und seine Umweltauswirkungen (Ist es langlebig? Wie wurde es hergestellt?) sowie seine Herkunft enthält (1).**

- **Weniger Greenwashing: Umweltfreundliche Aussagen müssen nachgewiesen werden – Modeunternehmen müssen ihren Kunden eine Garantie auf die Haltbarkeit und relevante Informationen zu Reparaturmöglichkeiten bieten. Artikel erhalten eine transparente Reparierbarkeitsbewertung, die Kunden über ihre Langlebigkeit informiert. Alle Umweltversprechen werden überprüft, um Greenwashing-Versuche zu unterbinden und die Transparenz in der Modebranche zu erhöhen (1).**

- **Mehr Verantwortung der Produzenten statt Schuldgefühle bei den Kunden: Das Hauptziel besteht darin, die Produzenten finanziell oder operativ in den Textilsammelprozess einzubinden, um ein effektives System der Sammlung, Sortierung, Wiederverwendung, Vorbereitung zur Wiederverwendung und des Recyclings in der gesamten EU zu schaffen (1).**

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Kulturelle Umgestaltung der Modekonsummuster

Die wahre Textilrevolution beginnt mit einem kulturellen Wandel unseres Verhältnisses zur Mode. Fast Fashion fördert schnellen Konsum, ohne emotionale Bindung an Kleidung und ohne Rücksicht auf einen bewussten Umgang damit. Benutzen, wegwerfen, wieder von vorn. Der Wandel hin zu einem bewussten Umgang mit Mode, der Qualität und Langlebigkeit statt Quantität in den Vordergrund stellt, ist ein echter kultureller Fortschritt.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Kulturelle Umgestaltung der Modekonsummuster

Ein achtsamer Umgang mit Mode lehrt uns, unsere Kleidung zu pflegen, sie nach Haltbarkeit und Reparierbarkeit statt nach Trends und kurzfristigen Dopamin-Kicks auszuwählen und traditionelle Praktiken wie Nähen, Ausbessern und Upcycling wiederzubeleben.

Das Aufkommen lokaler Reparaturökonomien mit gemeinschaftlichen Nähzentren, Secondhand-Läden, Gebrauchtwarengeschäften und Upcycling-Projekten legt den Grundstein für lokale Kreislaufwirtschaften.

Die Vorteile sind endlos:

- **verlängerte Produktlebenszyklen und reduzierter Abfall**
- **stärkere Gemeinschaftsbindung, höhere Selbstständigkeit und Krisenresistenz (Reparaturen machen Neuanschaffungen überflüssig)**
- **Wiedererlangung verloren gegangener Zero-Waste-freundlicher Fähigkeiten wie Nähen**
- **Schaffung lokaler Arbeitsplätze und Unterstützung handwerklicher Projekte**

Upcycling- und Nähworkshops in ganz Europa setzen Kreativität frei und fördern emotionale Bindungen zu der eigenen Kleidung: etwas, das bei Wegwerf-Fast-Fashion-Kleidungsstücken, die nicht länger als ein paar Mal getragen werden können, unmöglich ist.

Die Bewegung für recycelte Mode ist ein gemeinschaftliches Bestreben, wieder eine Verbindung zu den Kleidern herzustellen, die wir tragen, unser Konsumverhalten zu überdenken und Verantwortung für unseren Besitz und dessen Auswirkungen auf unseren Planeten zu übernehmen.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Kulturelle Umgestaltung der Modekonsummuster

Die Wiederentdeckung von Textilien ist eine Frage der Vorstellungskraft: Materialien lassen sich auf vielfältige kreative Weise wiederverwenden und umfunktionieren. Ausrangierte Textilien können beispielsweise zu Folgendem verarbeitet werden:

Hundespielzeug
einzigartige Bananentaschen für Reisen
farbenfrohe Laptoptaschen
handgefertigte Puppen
neue, einzigartige Designs
Teppiche
Teppiche
Geldbörsen

Mit Nähkenntnissen sind die Möglichkeiten grenzenlos. Upcycling reduziert nicht nur Textilabfälle, sondern bietet Kunden auch wirklich einzigartige Produkte, die sich im Zeitalter der Massenproduktion abheben.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Kulturelle Umgestaltung der Modekonsummuster

Eine fundierte Modeaufklärung über die wahren Kosten von Fast Fashion ist unerlässlich für eine Neugestaltung unseres kollektiven Modekonsums. Der wirkliche Wandel beginnt, wenn Menschen weniger kaufen, mehr reparieren und Textilien häufiger wiederverwenden. Die wachsende Zahl lokaler Näh- und Upcycling-Initiativen vermittelt wertvolle Reparaturkenntnisse und fördert so einen bewussteren Modekonsum. Ethische Entscheidungen sind selten bequem, doch dank einfacherem Zugang zu Sammelstellen für Textilabfälle, höherer Transparenz der Marken und mehr lokalen Reparaturmöglichkeiten lässt sich Recycling so unkompliziert wie nie zuvor in den Alltag der EU-Bürger integrieren.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Textile Neuerfindung: Ein Recycling-Modeprojekt entwerfen

- Die Neuerfindung von Textilien beginnt bei jedem Einzelnen von uns. Wenn wir unsere Vorstellungskraft nutzen, um zu verstehen, was es bedeutet, ein Recycling-Modeprojekt oder gar ein Unternehmen zu führen, können wir die versteckten Kosten der Fast Fashion besser begreifen. Ethische Recycling-Modeprojekte bringen verschiedene sozioethische Aspekte mit sich, die nicht ignoriert werden dürfen.

- Denk dir dein eigenes Recycling-Modeprojekt aus. Was würdest du gerne upcyceln oder umfunktionieren? Hier sind ein paar Fragen, die dir bei deinem Projekt helfen können:

- Werden die im Prozess verwendeten Materialien tatsächlich recycelt/wiederverwertet?
- Sind die Materialien langlebig und sicher in der Anwendung?
- Werden die Arbeiter fair bezahlt? Sind die Arbeitsbedingungen gut?
- Legen Sie Informationen über Ihre Lieferkette offen? Welches Maß an Transparenz streben Sie an?
- Ist die Verpackung umweltfreundlich?
- Gibt es die Möglichkeit zur Reparatur oder Rückgabe?
- Wird bei den Entwürfen der langfristigen Nachhaltigkeit Vorrang vor kurzfristigen Trends eingeräumt?

- Ethische Recycling-Modeprojekte und -unternehmen minimieren die Umweltbelastung, bieten volle Transparenz hinsichtlich der verwendeten Materialien und der Praktiken in der Lieferkette und gewährleisten Fairness, insbesondere in Bezug auf Löhne und Arbeitsbedingungen.

Zu den besten ethischen Praktiken in der Modebranche zählen für etablierte und aufstrebende Marken und Projekte unter anderem die transparente Beschaffung von Materialien aus verifizierten Recyclingströmen (Sammeln von Textilien von Privatpersonen, Fabriken und Herstellern), faire Arbeitsbedingungen, zirkuläres und recycelbares Design sowie lokales, gemeinschaftsorientiertes Engagement und Kooperationen.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

Textile Neuerfindung: Ein Recycling-Modeprojekt entwerfen

Fast Fashion floriert, wenn Konsumenten passiv sind, von Trends und Quantität besessen und sich nicht um die langfristigen Folgen übermäßigen Modekonsums kümmern. Besitzen wir die Kleidung oder besitzt sie uns, wenn das Einkaufen fast zwanghaft wird? Die Neuerfindung der Textilindustrie beginnt mit persönlicher und kollektiver Verantwortung für die Dinge, die wir besitzen und konsumieren.

Recycelte Mode ist eine praktische Form von Kreativität und Umweltschutz. Das ist das beste Label auf dem Markt.

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.

WISE FASHION

Lernmöglichkeiten zur Optimierung von Fähigkeiten in Anwendungen für recycelte Mode hin zu einer abfallbewussten Industrie

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Danke schön!

PRIMĂRIA MUNICIPIULUI ALBA IULIA

PRAMMER

SRBIJA U POKRETU
Mi stvaramo pokretače, ne pokrete
We make movers, not movements

SÜRDÜRÜLEBİLİR DİJİTAL DÖNÜŞÜM DERNEĞİ

INKUBATOR INNOWACJI

Co-funded by the European Union

Gefördert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA übernehmen dafür die Verantwortung.