

AM2 – Nachhaltigen Konsum fördern

Arbeitsblatt 1

Thema 1: Überblick politische Instrumente

Um Klimaziele zu erreichen, setzt die Politik auf zwei Arten von Instrumenten:

- **Harte Instrumente** (z. B. Gesetze, Verbote, Steuern) → wirken schnell und verbindlich, brauchen aber Kontrollen und Akzeptanz. Beispiel: CO₂-Steuer auf Benzin.
- **Weiche Instrumente** (z. B. Kampagnen, Nudges/Anreize, Aufklärung) → schaffen Akzeptanz und Bewusstsein, sind einfacher umsetzbar, nicht verbindlich. Beispiel: Plakate über nachhaltige Mode.

Am besten wirken sie im Team: Harte und weiche Maßnahmen (z. B. Steuer + Aufklärungskampagne) verstärken sich gegenseitig.

Aufgabe: Ordne die Maßnahmen (links) einem Instrument aus dem Werkzeugkoffer der Politik* (rechts) zu.

Flüge unter 1.000 km werden verboten.

Die Mehrwertsteuer für pflanzliche Produkte wird reduziert. Dadurch können vegetarische und vegane Gerichte in öffentlichen Kantinen deutlich günstiger angeboten werden als Fleischmenüs.

Die Energieunternehmen formulieren eine Selbstverpflichtung, auf 100% erneuerbare Energien umzustellen.

Ökologisch und fair hergestellte Klamotten werden sichtbarer im Laden platziert.

Es wird eine groß angelegte Social-Media-Kampagne durchgeführt. In der Kampagne wird darauf hingewiesen, dass Secondhand-Klamotten deutlich nachhaltiger sind als neue.

Die Installation von Balkonkraftwerken wird gesetzlich erleichtert.

Der Stadtrat ruft einen Runden Tisch „unsere klimaneutrale Stadt“ ins Leben.

Der ländliche Raum wird flächendeckend mit ÖPNV ausgestattet.

Reparaturbonus – Privatpersonen bekommen 50% der Reparaturkosten von Elektrogeräten vom Land erstattet.



Ordnungspolitische Instrumente

Gesetze, Standards, Technologien auslaufen lassen



Wirtschaftspolitische Instrumente

Steuern, positive Anreize (Subventionen), Vorteile



Kooperative Instrumente

Freiwillige Selbstverpflichtungen, Vereinbarungen, Runde Tische



Bereitstellung von technischen Mitteln und Infrastruktur

Ausbau ÖPNV, Ladesäulen E-Autos



Verhaltenswissenschaftlich fundierte Instrumente

Nudges/Anreize, Voreinstellungen (defaults), verändertes Wahlangebot



Kommunikative Instrumente

Kampagnen, Labels, Beratungsangebote, Bildung, Aufklärung

Staatliche Eingriffstiefe in die Handlungsfreiheit von z.B. Verbraucher*innen und Unternehmen

* Quelle: eigene Darstellung nach Wolff et al (2020) & The Nuffield Council on Bioethics (2007)

AM2 – Nachhaltigen Konsum fördern

Arbeitsblatt 2

Thema 2: Fallbeispiel Modekette Nice

Die Modekette Nice verkauft nachhaltige und konventionelle Jugendmode. Nachhaltigkeit ist dem Unternehmen wichtig, daher platziert es die nachhaltigen Produkte neuerdings sichtbarer im Laden. Die konventionelle Mode macht dennoch weiterhin einen größeren Anteil im Geschäft aus. Im eigenen Onlineshop wird zudem eine Sortierfunktion für nachhaltige Mode eingefügt. Nachhaltige Klamotten können so leichter gefunden und gefiltert werden.

Auszug aus den Social-Media-Kommentaren nach der Aktion:

user 1: „Ich bin total begeistert. Ich liebe Nice und Nachhaltigkeit ist mir sehr wichtig.“

user 2: „Ist ja schön, dass die Ökomode nun mehr Platz bekommt, leisten kann ich sie mir dennoch nicht.“

user 3: „Wow, jetzt gehe ich noch lieber bei Nice shoppen und werde das kommende Wochenende in dem Laden verbringen, um mich einzudecken.“

user 4: „Mehr Nachhaltigkeit ist ein guter Anfang. Als Umweltschutzorganisation setzen wir uns für einen bewussteren Klamottenkonsum ein. Auch Berge an nachhaltiger Kleidung verbrauchen viele Ressourcen und schaden der Umwelt. Daher denken wir: Weniger ist mehr.“

user 5: „Nachhaltigkeit ist mir auch wichtig, aber die angebliche Öko-Mode entspricht lange nicht den glaubwürdigen Siegeln wie GOTS oder dem Blauen Engel. Das ist doch nur Greenwashing.“

user 6: „Was bringt es, wenn es ein paar nachhaltige Klamotten gibt? Die Näher*innen in den Fabriken können kaum von ihrer Arbeit leben. Wir brauchen Gesetze, die solche Formen der Ausbeutung nicht zulassen.“

user 7: „Genau, alle Klamotten sollten doch fair und nachhaltig sein.“

user 8: „Uns, als Nice, ist es wichtig, dass sich alle Menschen schöne Kleidung leisten können. Dabei wollen wir auch unsere Umwelt und unser Klima schützen.“

Arbeitsauftrag 1: Bewerte die Maßnahme in Bezug auf ihre Wirksamkeit. Beantworte dazu folgende Fragen:

- Welches Instrument wird genutzt?
- Welche positiven Effekte könnte die Maßnahme haben?
- Was kann die Maßnahme nicht leisten? Warum (nicht)?

AM2 – Nachhaltigen Konsum fördern

Arbeitsblatt 3

Thema 2: Fallbeispiel Modekette Nice

Arbeitsauftrag 2:

1. Welche Kritikpunkte werden in den sozialen Medien geäußert? Leite daraus unterschiedliche Anliegen und Forderungen verschiedener Interessengruppen ab. Fülle dafür die Tabelle aus.

Interessengruppe	Ziele / Was ist ihnen wichtig?	Kritik an Nice	Mögliche Forderungen
Umweltbewusste*r Konsument*in			
Preisbewusste*r Konsument*in			
Nice Unternehmen			
Näher*innen			
Umweltschutzorganisation			

2. Identifiziere Konflikte zwischen den Interessengruppen. Fülle dafür die Tabelle aus.

Interessengruppe 1	Interessengruppe 2	Konflikt
Näher*innen	Nice	
Umweltbewusste*r Konsument*in	Preisbewusste*r Konsument*in	
Umweltschutzorganisation	Nice	

3. Übertrage die Konflikte anschließend im Konflikt-Dreieck.



AM2 – Nachhaltigen Konsum fördern

Arbeitsblatt 4

Rollenspiel

Arbeitsauftrag 3 – Vorbereitung Diskussion: Runder Tisch (Rollenkarten)

Lest eure Rollenkarte. Versetzt euch in die Person. Füllt die Rollenkarte aus und erfüllt den Rechercheauftrag.

Arbeitsauftrag 4 – Diskussion: Führt eine Diskussion am Runden Tisch Fair Fashion. Diskutiert die Frage: Nice will nachhaltiger werden – aber wie? Jede*r hat andere Forderungen. Wie könnt ihr einen Kompromiss finden?

Entwickelt in der Diskussion ein Instrumentenbündel für die Modebranche. Bedient euch dafür aus dem Werkzeugkoffer der Politik. Entwickelt Ideen, die unterschiedliche Interessen der Persona aufgreifen. Kombiniert weiche und harte Maßnahmen.

Unser Kompromiss:

Unser Instrumentenmix:

Arbeitsauftrag 5 – Werdet kreativ: Drei Jahre später: Viele Konsument*innen forderten mehr und mehr Umweltschutz und faire Löhne von der Modebranche. Das Unternehmen Nice hat daraufhin sein Geschäftsmodell erweitert. Neben deutlich mehr nachhaltiger Mode bietet es nun auch einen Secondhandbereich und Reparaturmöglichkeiten an. Als PR-Mitarbeiter*in seid ihr dafür verantwortlich, die Neuausrichtung öffentlich zu machen. Entwickelt ein Logo/Insta-Post/TikTok-Video für Nice.

**Aisha Begum, 23 Jahre (Näherin)**

- Näht Kleidung in einer Fabrik in Bangladesch für Nice
- Lohn: 106 € im Monat, sie arbeitet 12 Stunden am Tag, 6 Tage die Woche
- 2 kleine Kinder, werden von der Großmutter betreut
- Der Lohn reicht kaum, um die Familie zu ernähren und Bildung für die Kinder zu ermöglichen.
- Die Arbeitsbedingungen sind teilweise gefährlich (Brände in der Fabrik, giftige Chemikalien). Mit einer Kollegin hat Aisha bereits über die Gründung einer Gewerkschaft gesprochen, auch wenn diese nicht erwünscht ist.

Rechercheauftrag: Was könnte Aisha tun, um ihre Situation zu verbessern?

Recherchiere zu Gewerkschaften.

- <https://www.inkota.de/themen/kleidung-schuhe/kleidung/starke-arbeiterinnen>
- <https://www.amnesty.de/informieren/amnesty-journal/bangladesch-modeindustrie-arbeitsbedingungen-interview-kalpona-akter>

Was sind die Ziele von Aisha?	Welche Forderungen formuliert Aisha?	Was könnte Aisha tun?	Formuliere ein Motto für deine Persona.				
Wie groß ist der Einfluss der Persona, eine wirkliche Verbesserung der Situation zu erzielen? Schätze und vergebe 1 bis 5 Punkte (1 = wenig Einfluss, 5 = sehr viel Einfluss).			1	2	3	4	5

**Tom Winter, 17 Jahre (preisbewusster Konsument)**

- Tom ist Schüler und jobbt nebenbei, um sein kleines Taschengeld aufzustocken.
- Tom sind Markenklamotten wichtig, weil es in seinem Freund*innenkreis dazugehört. Er schaut regelmäßig nach Rabattaktionen und auf Secondhand-Plattformen.
- Er würde auch gern ökologisch nachhaltigere und faire Mode tragen, kann sie sich aber oft nicht leisten.

Rechercheauftrag: Wie viel kostet ein Fairtrade T-Shirt im Vergleich zu einem Fast-Fashion T-Shirt?

Informiere dich, was Verbraucher*innen tun können.

- <https://www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag/haushalt-wohnen/bekleidung#gewusst-wie>

Was sind die Ziele von Tom?	Welche Forderungen formuliert Tom?	Was könnte Tom tun?	Formuliere ein Motto für deine Persona.				
Wie groß ist der Einfluss der Persona, eine wirkliche Verbesserung der Situation zu erzielen? Schätze und vergebe 1 bis 5 Punkte (1 = wenig Einfluss, 5 = sehr viel Einfluss).			1	2	3	4	5

Persona-Bilder KI-generiert



Clara Chau, 32 Jahre (Umweltschutzorganisation)

- Clara Chau arbeitet bei einer Umweltschutzorganisation. Sie beschäftigt sich hauptsächlich mit der Modebranche und Fast Fashion.
- In ihrem Job setzt sie sich für langlebige Kleidung und gegen schnell wechselnde Saisonware ein. Billigware, die kaum getragen und schnell wieder aussortiert wird, möchte sie verhindern.
- Ihre Umweltschutzorganisation fordert die Umsetzung des Lieferkettengesetzes und ist Mitglied im Bündnis für nachhaltige Textilien.

Rechercheauftrag: Recherchiere hier mögliche Forderungen der Umweltschutzorganisation.

- <https://www.greenpeace.de/engagieren/nachhaltiger-leben/fast-fashion-kostet-uns-die-welt>

Für Schnelle zum Weiterrecherchieren.

<https://www.oxfam.de/themen/lieferkettengesetz>

<https://www.textilbündnis.com/>

Was sind die Ziele von Clara?	Welche Forderungen formuliert Clara?	Was könnte Clara tun?	Formuliere ein Motto für deine Persona.				
Wie groß ist der Einfluss der Persona, eine wirkliche Verbesserung der Situation zu erzielen? Schätze und vergebe 1 bis 5 Punkte (1 = wenig Einfluss, 5 = sehr viel Einfluss).			1	2	3	4	5



Kerem Demir, 45 Jahre (Politiker)

- Kerem Demir ist ein engagierter Politiker, dem faire und nachhaltige Mode wichtig sind.
- Er engagiert sich im Bündnis nachhaltige Textilien und ist hier regelmäßig mit Menschen aus Wirtschaft, von NGOs und Verbraucherschutz in Kontakt.
- Sein Ziel ist es, das Lieferkettengesetz umzusetzen. Er setzt sich auch dafür ein, dass Mode länger hält. Aktuell findet er den Reparaturbonus spannend.
- Er versucht, Unternehmen für das Bündnis nachhaltige Textilien zu gewinnen.

Rechercheauftrag: Recherchiere zum Lieferkettengesetz, zum Reparaturbonus Sachsen sowie zu Maßnahmen der Politik.

- <https://www.oxfam.de/themen/lieferkettengesetz>
- <https://www.sab.sachsen.de/reparaturbonus>
- <https://www.bundesumweltministerium.de/themen/nachhaltigkeit/konsum-und-produkte/produktbereiche/mode-und-textilien>

Was sind die Ziele von Kerem?	Welche Forderungen formuliert Kerem?	Was könnte Kerem tun?	Formuliere ein Motto für deine Persona.				
Wie groß ist der Einfluss der Persona, eine wirkliche Verbesserung der Situation zu erzielen? Schätze und vergebe 1 bis 5 Punkte (1 = wenig Einfluss, 5 = sehr viel Einfluss).			1	2	3	4	5

Persona-Bilder KI-generiert



Luisa Nice, 43 Jahre (Chefin Nice)

- Luisa Nice liebt Kleidung und möchte, dass alle Menschen sich diese leisten können. Nachhaltigkeit wird ihr immer wichtiger.
- Luisa Nice ist dafür zuständig, dass das Unternehmen jährlich mehr Gewinn erwirtschaftet. Sie hat erkannt, dass vielen Konsument*innen grüne Label wichtig sind.
- Sie sieht die Vorteile ökologischer Kleidung für die Umwelt und würde gern schrittweise auf nachhaltige Mode umsteigen. Bisher stößt die Idee nicht auf große Zustimmung im Unternehmen.
- Luisa Nice ist immer auf der Suche nach neuen, spannenden Geschäftsmodellen.

Rechercheauftrag: Recherchiere ein spannendes Geschäftsmodell.

- <https://www.zukunftshaus-wuerzburg.de/>
- <https://www.textilbuendnis.com/>

Was sind die Ziele von Luisa?	Welche Forderungen formuliert Luisa?	Was könnte Luisa tun?	Formuliere ein Motto für deine Persona.				
Wie groß ist der Einfluss der Persona, eine wirkliche Verbesserung der Situation zu erzielen? Schätze und vergebe 1 bis 5 Punkte (1 = wenig Einfluss, 5 = sehr viel Einfluss).			1	2	3	4	5