

Magazine



changemaker.fvag.net

INSPIRATION NO 1

#changemaker

Trending

Fair Fashion ist in.
Nachhaltige Kleidung und nachhaltiger Lebensstil ist auf dem Vormarsch.

Season 2018

Wie sieht der Trend 2018 aus?
Vogue titelt:
Slow is the new fast.

Go in action

Wer macht denn deine Kleider?
Schau hinter die Kulissen
und **be a changemaker.**

Sustainability

Nachhaltigkeit - na klar.
Aber was sollte man noch alles
bei der **Nachhaltigkeit im
Blick** haben?

Impressum (V.i.S.d.P.)
#changemaker - Axel Schütz | Friedrich-von-Alberti-Gymnasium
Hohe Str. 30 | 74177 Bad Friedrichshall
07136 832 800 | info@changemaker.fvag.net
Bilder: Stanley Stella S. 2, 17, 18 | Taslima Akhter, S. 21, Bild 1,2
Bilder: Amann S.25 und Firma in Bangladesch
Flaticon.com: Seite 25
alle anderen Bilder: Axel Schütz

Stand: 4/2018

#changemaker



“Unsere Freiheit, einen beliebigen Lebensstil zu wählen, endet dort, wo unsere Lebensart die Freiheit anderer Menschen beschneidet, ein menschenwürdiges Leben zu führen.”

Globaler kategorischer Imperativ



THE GLOBAL GOALS
For Sustainable Development

FASHION LIFESTYLE

Contents



08 Editorial

10 Trending

12 Season 2018

14 Go in action

20 Vision

26 Be part of the history

28 Sustainability

30 Change it

32 Contact



nominiert für den
Würth Bildungspreis 2018

Druck ermöglicht durch

AMANN
G R O U P



CONTENTS NO 2

08

Editorial

#changemaker - eine Schülerfirma des Friedrich-von-Alberti-Gymnasiums, Bad Friedrichshall



#changemaker
das nachhaltigste T-Shirt einer Schülerfirma
Sie wollen mehr wissen?
changemaker.fvag.net



Trending

Nachhaltige Kleidung im Trend.
Neues aus der Modebranche.

10



16

Products

Shirts, Polos, Hoodies -
ohne oder mit Aufdruck

20

Vision

Unsere Verantwortung für die
"Eine-Welt" muss sich in unserem
Denken und Handeln zeigen



Sustainability

Aspekte der Nachhaltigkeit
unserer Firma

28

30

Change it

Was können wir tun?
Wie können wir selber "changemaker" werden?



Editorial

E M I L Y H I L D E B R A N D T

#changemaker - will verändern.

Wir sind eine Schülerfirma vom Friedrich-von-Alberti-Gymnasium aus Bad Friedrichshall, die das Thema "Faire Kleidung" bearbeitet und umsetzt. Unser Ziel ist es, das nachhaltigste T-Shirt einer Schülerfirma zu vertreiben.

Mit dieser Broschüre möchten wir unsere Ideen und Ansichten mit Ihnen teilen. Wir wollen Modetrends weitergeben, unsere Shirts, Polos sowie Hoodies vorstellen und natürlich auch für "nachhaltige Kleidung" werben.

Blättern Sie die Broschüre durch und vielleicht ist auch eine Modeidee für Sie dabei. Für Schulen, NGOs und auch andere Gruppen bedrucken wir Shirts oder andere Textilien. Lassen Sie sich ein Angebot machen!

Doch was unterscheidet unsere Firma von anderen Firmen? Wir versuchen neue Wege der Wirtschaft zu gehen und stellen das Thema Nachhaltigkeit im Zentrum unserer Betrachtung - ohne wenn und aber.

Interessiert?

Wir verstehen uns als Veränderer und möchten Sie mitnehmen auf den Weg zu einer besseren Welt. Die Umsetzung der 17 Nachhaltigkeitsziele 2030 der Vereinten Nationen nehmen wir ernst. Schließlich wurde der globale Vertrag von unserer Regierung und damit auch von uns unterzeichnet und ratifiziert. Und wir werden uns nicht von politischen Absprachen leiten lassen, die diese Ziele verwässern. Wir werden unseren Beitrag dazu leisten. Schließlich sind wir in der globalen Verantwortung für unsere "Eine-Welt".

Machen Sie mit?

E. Hildebrandt



Trending

Slow is the new fast (vogue, 2018)

J O H A N N A R E N N E R

Ist nachhaltige Kleidung überhaupt cool? Kann diese überhaupt mit der "normalen Mode" mithalten?

Ja! Nachhaltige Mode verlässt das Nischendasein und wird immer mehr zum Trend.

“ Die Märkte der Zukunft sind grün. Umweltschutz, Ressourceneffizienz und Corporate Social Responsibility verändern das Wirtschaftssystem langfristig.

Zukunftsinstitut: Fair,

Knapp die Hälfte der Deutschen wünschen sich fair produzierte Kleidung. Das Argument Öko-Mode ist zu teuer, ist falsch.

"Zu mindest nicht im Vergleich mit gehobenen Marken wie Adidas oder Hugo Boss. Gegen Billigmarken kommt sie natürlich nicht an. Schließlich wird sie unter menschenwürdigen Bedingungen hergestellt. Zwar gelten die Kund_innen in Deutschland als ganz besonders preisbewusst, aber die Bereitschaft für ethisch verantwortlichen Konsum etwas mehr zu zahlen, wächst. So auch die Zahl von Ausstellern fairer Mode auf der Berliner Modemesse Ethical Fashion Show: Waren es 2012 noch 36." (Fair Fashion Guide, Femnet, 2017), sind heute über 170 Marken aus 26 Ländern bei der Messe. "Nachhaltige Mode ist auf dem besten Wege, seine in der öffentlichen Wahrnehmung angestaubte Nische zu verlassen." (Vogue, 2018)

“ Nachhaltige Mode, Fair Trade Kleidung: was ist da besser?

Fair-Trade-Kleidung mit Labels mit Öko-Anspruch verwendet vor allem Bio-Baumwolle und nutzt in allen Produktionsschritten deutlich weniger Chemie.

weiter ...

Weil Bio-Baumwolle schonender verarbeitet wird, sind Bioklamotten länger haltbar.

Marken für nachhaltige Mode verwenden alternative ökologische Rohstoffe wie Bio-Leinen, Kork, Algen oder Recycling-/Upcycling-Materialien oder experimentieren mit veganer Mode. Beim Färben achten sie auf umweltverträglichere Farben.

Nachhaltige Modelabels setzen gezielt Rohstoffe aus fairem Handel ein und garantieren mit Labels, Siegeln, Zertifikaten soziale Mindeststandards über die komplette Produktionskette hinweg oder produzieren ethischer in ausgewählten Ländern.

(Quelle: <https://utopia.de/bestenlisten/modelabels-faire-mode/>)

„Mode sollte wider du fühlst, und wo

Wie fair ist denn nachhaltige Kleidung? Nicht immer ist die gesamte textile Kette nachvollziehbar. Doch sie wird zunehmend transparenter. Die Ansprüche an faire Produktion wachsen.

Genau hier haben wir als Kunde die Macht. Wir (sollten) entscheiden, was wir kaufen.

Dabei geht es auch um den persönlichen Umgang mit Mode. Wir sollten weg von der „Fast-Fashion“ mit den dauernden Kollektionswechsel und viel mehr hin zu meinem persönlichen Lieblingsstück und damit zu "Slow Fashion".



Immer billiger und billiger, lässt uns den Wert der Kleidung vergessen. Schätzen wir die Arbeit der Menschen denn noch?

„Spiegeln, wer du bist, was du hingehst.“ Pharell Williams




“Immer mehr Verbraucher interessieren sich dafür, wie und wo ihre Produkte hergestellt werden und zwingen Händler und Marken so, verantwortungsvoller zu produzieren und eine ethische Haltung einzunehmen. Marken, die in sozialen und ökologischen Fragen eine authentische Position vertreten, werden sich abheben und leichter eine Beziehung mit Millennials und Generation-Z-Verbrauchern herstellen können, als diejenigen, die dies nicht tun. Insbesondere neue Marken, die sich mit umstrittenen Themen wie Pelz und Leder auf nachhaltige Weise beschäftigen, dürften in den nächsten Jahr immer beliebter werden.

Als beispielsweise das Luxusmodehaus Gucci, eine der derzeit einflussreichsten Marken der Branche, ankündigte, dass es ab Oktober 2018 ohne Pelzwaren arbeiten würde, bekam es von vielen Seiten Zuspruch. „In einem Klima, in dem Social-Media-Kampagnen viral werden können, werden Marken unglaublich sorgsam über die ökologischen und sozialen Auswirkungen der Produkte nachdenken müssen, die sie produzieren“, bemerkt Smith, die erwartet, dass weitere Luxusmarken Gucci im nächsten Jahr folgen werden. “Die Verbraucher werden sich auch stärker mit nachhaltiger Daunenproduktion, veganem Leder und künstlich gewonnener Seide befassen.“

“Quelle: <https://fashionunited.de/nachrichten/mode/die-6-groessten-modetrends-fuer-2018/2017122023788> besucht am 4.2.2018



“In einer zerstörten Welt, kann man auch nicht erfolgreich wirtschaften.”
Dalai Lama, Interview mit Franz Alt 2004



“Stil hat für mich nichts
mit Mode zu tun. Stil –
das bedeutet den Mut
zum eigenen Charakter
zu haben und sich zur
eigenen Persönlichkeit
zu bekennen.”
Tom Ford

SEASON 2018

“...2018 bleibt die Farbwelt zu unserer Freude pastellig. Ergänzt werden die sanften Farben von dezenten Naturtönen. Weiterhin erhalten bleibt das Konzept der kräftigen Farbtupfer und auch Grau ist noch immer nicht aus unseren Kleiderschränken wegzudenken. Es changiert jedoch in der neuen Saison immer wieder ins Beige hinein. Das nennt sich dann „greige“. Ergänzt wird die Farbpalette fürs kommende Frühjahr um (große) florale Prints.

Bei den Schnitten wird es wieder klassischer, jedoch nach wie vor luftig. Die leichten, fließenden Stoffe verleihen den Outfits eine dezent sportliche Eleganz, wie wir sie schon 2017 kennengelernt haben. Außerdem bleiben Blusen weiterhin ein Thema.”

(Quelle: <https://www.waschbaer.de/magazin/wird-2018-fashion-trend-wir-wissen-es/>)

Go in action

M A R I A B A R I C

F R A N K A R U M M E L

„Fast Fashion“ ist der Grund, weshalb Näherinnen und Näher für ein T-Shirt mit einem Verkaufswert von 29,00 € nur 0,18 € als Lohn bekommen und es ist kaum vorstellbar, dass dies genug Geld ist, um zu überleben.

Doch wie kann ich es verhindern? Die Antwort ist „Fair Fashion“. Doch was ist „Fair Fashion“? Wie der Name „Fair Fashion“ oder „Faire Mode“ bereits vermuten lässt, wird „Fair Fashion“ nach fairen und ökologisch korrekten Produktionsbedingungen hergestellt. Kurz gesagt, „Fair Fashion“ ist gut und „Fast Fashion“ nicht. Denn „Fair Fashion“ ermöglicht den Näherinnen und Nähern eine Zukunft. Ein fairer und gerechter Lohn, mit dem die Näherinnen nicht

nur sich, sondern auch ihre Familie versorgen können - den sogenannten „Living Wage“.

Außerdem ist „Fast Fashion“ nicht nur unmenschlich gegenüber den Arbeiterinnen und ihren Lebensbedingungen, sondern auch der größte Feind der Umwelt. Durch die nicht-ökologische Produktion, gelangen giftige Chemikalien in die Natur, was dazu führt, dass zwei Drittel aller Flüsse in Asien als sehr verschmutzt gelten. Hier trägt die Modeindustrie einen sehr großen Teil bei.

Sollten wir als Bewohner dieses Planeten nicht wenigstens versuchen, die Erde sauber zu halten? Es gibt doch dafür einen so einfachen Lösungsansatz.

Go in action - trage fair!





**Mode ist
Mode ist eine Hal
und eine**

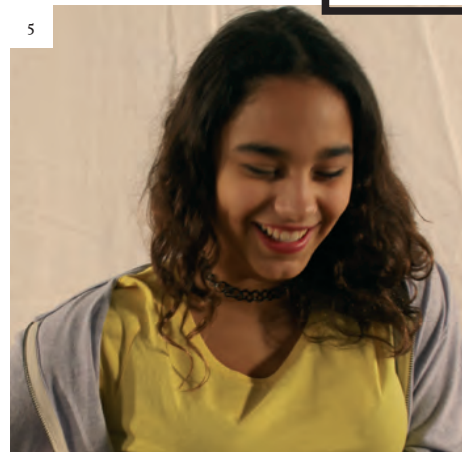


Photo gallery

01

Hoodie aus gekämmter Bio-Baumwolle

Tshirts für Mädchen, in verschiedenen Farben erhältlich, aus Bio-Baumwolle

02

**nicht nur Kleidung.
Kleidung, eine Lebenseinstellung
als Form von Kunst. (NN)**

Polo aus Bio-Baumwolle 220 g/qm und Hoodie mit durchgehendem Reißverschluss aus Bio-Baumwolle

03

04

Polohemd aus 100% gekämmte Bio-Ringspinn-Baumwolle

T-shirt mit Rundhals aus Bio-Baumwolle und Hoodie mit durchgehenden Reißverschluss

05

06

Lässiger Hoodie aus gekämmter Bio-Baumwolle, aufgeräumter Fleece mit weichem Griff

Mode von Stanley Stella.
"Zeitgenössische Kleidung, hergestellt im Respekt für Mensch, Natur und Umwelt." Jean Chabert - Gründer von Stanley/Stella

07

Products

01 Shirts



02 Polos



03 Hoodies



01 Shirts



02 Polo



03 Hoodie



04 Colors

Shirts:
 Navy
 Grau-meliert
 Mid heather red
 Schwarz
 Azur

Polos/Hoodies:
 Navy
 Grau-meliert
 Red
 Schwarz
 Royal-Blue

05 Sizes

XXS
 XS
 S
 M
 L
 XL

06 Sustainability



07 Prize

Shirt each 09 Euro
 Polo each 13 Euro
 Hoodie each 23 Euro

Angebote mit Aufdruck
 individuell erfragen

info@changemaker.fvag.net

Vision

A X E L S C H Ü T Z

Wie soll eine Vision wahr werden?

Indem wir sie versuchen umzusetzen - Schritt für Schritt.

#changemaker ist die Idee einer Schülerfirma, die sich bemüht, die vielen nachhaltigen Ansätze und Aspekte in einer Firma im Gesamten umzusetzen. Dies geschieht durch den Vertrieb von nachhaltigen Shirts, Polos und Hoodies. Aber wir wollen mehr.

Neben der Umsetzung der Nachhaltigkeit in der gesamten "Textilen Kette" orientiert sich unsere Firma an einer gemeinwohlökonomischen Ausrichtung, in der Verantwortung der Umsetzung der 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen.

Aber auch hier muss man noch weiter gehen. Wir müssen unsere Firma an sich durchleuchten. Wie gehen wir innerbetrieblich miteinander um? Welche Entscheidungsstrategien entwickeln wir, um unsere Mitglieder der Firma zu beteiligen?

Wie können wir Kunden gewinnen, die unsere Idee teilen? Können wir betriebswirtschaftlich bestehen? Müssen wir nicht auch aus unserer globalen Verantwortung etwas abgeben? Was ist mir ein Shirt wert? Erkenne ich noch den Wert eines Kleidungsstückes?

Diese Fragen versuchen wir durch Transparenz, Zukunftsinvestitionen bei unseren außereuropäischen Partnern und einer intensiven Wertevermittlung zu beantworten und zu gewährleisten.

Die Offenheit der Firma schafft Vertrauen, auch unseren Kunden gegenüber. Zukunftsinvestitionen bei unserer Partnerschule in Dhaka, der Garment Workers Solidarity, und in unseren

eigenen neugeschaffenen Zukunftsfond an unserer Schule sollen die Nachhaltigkeitsziele 2030 fördern.

Wir wollen aber auch der sozialen Ungerechtigkeit entgegenwirken. Es stellt sich die Frage, wie viel Geld macht uns glücklich? Genau dazu haben wir uns ein Konzept überlegt, wie wir unseren Gewinn verwenden.

Dabei inspirierte uns das bedingungslose Grundeinkommen, aber auch der "Happiness-Index" bei der weiteren Verwendung unserer Gewinne.

Die Vermittlung unserer Werte "nachhaltig - fair - transparent" wollen wir auch in verschiedenen Themenfeldern umsetzen. Die Idee findet sich z.B. in den "Fair lessons" wieder: Vertreter der Firma gehen in Schulen und stellen den Gedanken von "Fair Trade" und "Sozialer Gerechtigkeit" am Beispiel des T-Shirts dar. Außerdem unterstützt #changemaker eine Theater-/Videoinstallation mit dem Thema "Fashion Pressure", das von NGOs, Schulen oder andere interessierten Gruppen gebucht werden kann. Eine Ausstellung von Taslima Akhter über die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Näherinnen wurde erstellt und rundet die Wertevermittlung ab. Diese Ausstellung ist auch Teil der Initiative "Future Fashion" des Landes Baden-Württemberg geworden.

Wir wollen also in dieser schnelllebigen Zeit nachdenklich machen.

Uns ist klar, dass unsere Vision in unserem Reallabor "#changemaker" nicht als "Blueprint" gelten kann. Mit Sicherheit wird es noch viele Fehler in unserer Verwirklichung geben.

Aber - wir versuchen es.



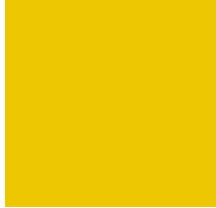
FRESH IDEAS

"I never let anyone to tell me what to wear. Never, never! You have to feel comfortable in your own skin."

Olivia Palermo

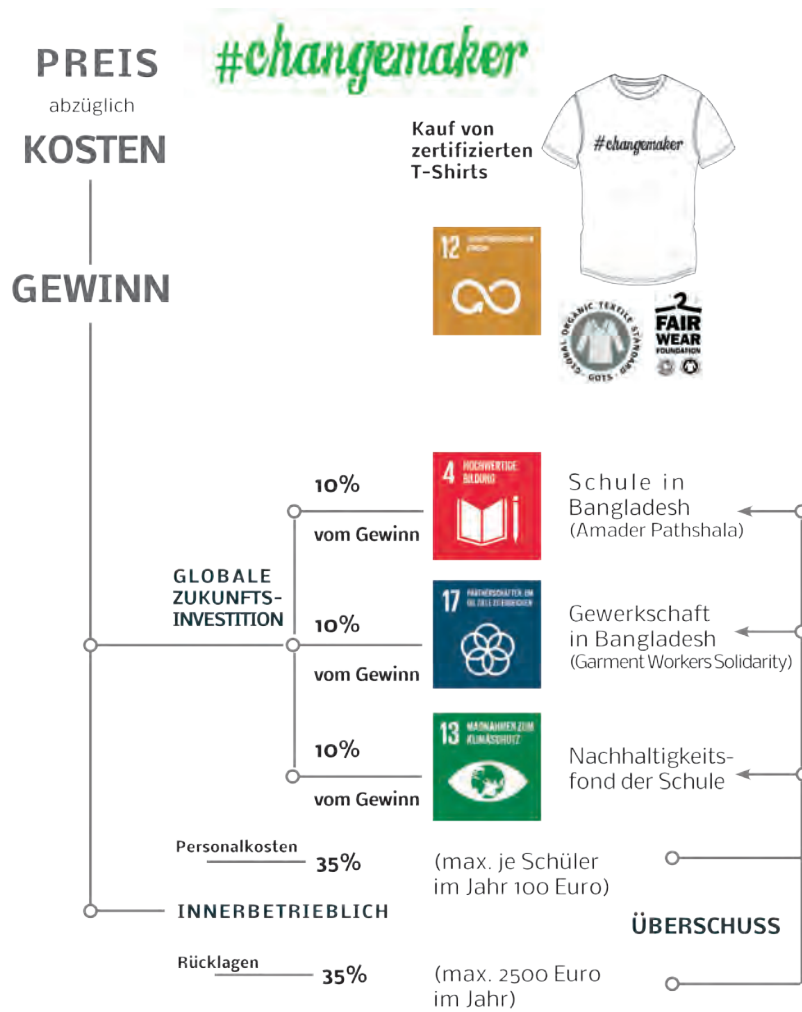
FRESH IDEAS

“Von Kopf bis Fuß in Liebe gehüllt
- denn das ist das einzige Label,
das nie aus der Mode kommt.”
Carrie Bradshaw



**“Never discourage anyone who continually
makes progress, no matter how slow.” Plato**

Be Fair





Garment
Workers
Solidarity



... going to Bangladesh



Die Zusammenarbeit der Schülerfirma mit der deutschen Partnerfirma "Bopp" geht in eine neue Runde. Unser erster Auftrag ist nun bei unserer zertifizierten Produktionsfirma in Dhaka in Bearbeitung. (4/2018)

Wir wollen nun mit einem Garnproduzent aus der Region zusammenarbeiten. Die Firma "Amann", dessen Werk in Bangladesch eines der modernsten Produktionsstätten ist, wurde mit unserem Zulieferer aus Dhaka vernetzt. Regionalität und Internationalität wird verbunden.

Eine Zusammenarbeit, die auch unsere Partner in Bangladesch, die Gewerkschaft und die Schule, noch wirksamer unterstützen wird.

Druckaufträge von potentiellen Kunden werden von einer Firma in Deutschland mit GOTS-zertifizierten Farben umgesetzt.

AMANN
GROUP

Seit 1854 ist AMANN einer der führenden Hersteller von hochwertigen Nähfäden und Stickgarne.

Die technische Expertise, Zuverlässigkeit und Flexibilität in Produktion und Service macht die AMANN Group zu einem starken Partner weltweit. Nah am Kunden entwickelt AMANN Nähfäden, Stickgarne sowie funktionale Garne und technische Zwirne für die Marktbedürfnisse von morgen. Die AMANN Group produziert ausschließlich in eigenen Produktionsstätten in Europa und Asien.

Das Headquarter befindet sich in Bönningheim, Deutschland.

2013 wurde die hochmoderne Produktionsstätte in Bangladesch in Betrieb genommen.



Bio-cotton

Zur Zeit beschäftigt AMANN knapp 400 Mitarbeiter in Bangladesh.
Das Werk unterliegt dem höchsten Standard und zahlt den Mitarbeitern Löhne weit über dem Living wage.



Der Amann-Faden wird nun in unserem T-Shirt verwendet.

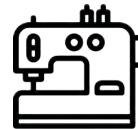


Öko-Tex 100



GOTS & Fair

Die Produktion findet nun bei unserer Partnerfirma in Dhaka statt.



Unsere eigenen Shirts



Be part of our history



Marie Curie

Ich beschäftige
mich nicht mit
dem, was ge-
tan worden ist.
Mich interes-
siert, was getan
werden muss.

A X E L S C H Ü T Z

#changemaker - Schülerfirma am Friedrich-von-Alberti-Gymnasium

Wer ist eigentlich die Schülerfirma #changemaker?

Die Schülerfirma hat sich aus dem Gedanken des globalen Lernens am Friedrich-von-Alberti-Gymnasium gebildet. Die Durchführung des Projekts "Schule als Zukunftsstaat" war ein wichtiger Impuls für uns. Durch die Bewerbung beim Würth Bildungspreis 2018 wurde die Planung dann umgesetzt.

Was wollen wir?

In der Schülerfirma #changemaker sollen neue Formen der „next economy“ bewusst umgesetzt werden.

Dabei wird der Gedanke des „fair business“ mit dem Leitmotiv der Nachhaltigkeit am Beispiel eines T-Shirts explizit erarbeitet. In Zusammenarbeit mit der deutschen Firma "Bopp" aus Neckarsulm werden die Bereiche der textilen Wertschöpfungskette bewusst analysiert.

Die mehr als dreijährige Arbeit im Bereich des Globalen Lernens am Friedrich-von-Alberti-Gymnasium in Bad Friedrichshall mit den vielfältigen Themenfeldern waren Inspiration und Antrieb, das Thema „Fashion“ genauer zu untersuchen. Mit Taslima Akhter, der Präsidentin der „Garment workers solidarity“ (Dhaka, Bangladesh), die als Zeugin das Rana Plaza Unglück 2013 dokumentiert hat, gab es schon seit Längerem einen engen Kontakt. Die Arbeits- und Lebensbedingungen der Näherinnen sowie die gesamtwirtschaftlichen Umstände in der Modeindustrie ließen den Gedanken reifen, eine Schülerfirma zu gründen, die das Leitmotiv Nachhaltigkeit in der gesamten Wertschöpfungskette umsetzt. Im Juli 2017 konnten wir Frau Akhter sogar zu uns an die Schule einladen. Sie führte uns die Missstände authentisch vor Augen.

Dies verstärkte unsere Motivation erheblich, den Bereich der Fashionin-

dustrie in den Fokus zu nehmen.

Bei der genauen Betrachtung der wirtschaftlichen Strukturen von Firmen wird klar, dass das Management vom Umfeld, Unternehmensform und von Unsicherheiten zu Entscheidungen getrieben wird, den Mehrwert zu maximieren, der allein in Bilanzkennzahlen ausgedrückt werden kann.

Das wirtschaftliche System bezieht sich aber auf eine Zukunft mit unerschöpflichen Ressourcen. Dieses Handeln im entgrenzten Verständnis der Wirtschaft verweigert sich der aber Realität. Der „overshot-day 2017“ - der Welterschöpfungstag war am 2. August 2017. Ab diesem Tag lebten wir weltweit nicht mehr nachhaltig, sondern nur mehr durch Raubbau.

Wir sehen aber unser Unternehmen in der Verantwortung der „Einen-Welt“ im Sinne des ökologischen Imperativs von Hans Jonas. Und wollen das nachhaltigste T-Shirt einer Schülerfirma vertreiben.

Blättern Sie durch unsere Broschüre und lassen Sie sich mitnehmen!



Substainability

J O H A N N A R E N N E R

Q. Nachhaltigkeit ist das Thema. Manchmal bekommt man den Eindruck als ob der Begriff nicht immer eindeutig ist. Was bedeutet Nachhaltigkeit für die Firma #changemaker?

A. Nachhaltigkeit umfasst ökonomische, ökologische, soziale und politische Bereiche. Dies kann man nicht isoliert betrachten, sondern nur im Ganzen.

Q. Ihr treibt GOTS und Fair Wear zertifizierte Shirts. Wie könnt ihr sicher sein, dass hinter dem Siegel auch für den Kunden wirklich "Faire Textilien" stehen?

A. Unser Partner ist Stanley Stella. Diese belgische Marke genießt einen sehr guten Ruf in der Branche. Ihre Produzenten unterliegen dem Zertifizierungsverfahren der beiden Siegel. Diese Siegel decken zwar nicht die gesamte Textile Kette ab, aber es ist ein großer Schritt in die richtige Richtung. Diesen Siegeln kann man sicherlich vertrauen.

Aber wir sind den nächsten Schritt gegangen. Wir haben nun den direkten Kontakt zu einer zertifizierten Firma in Bangladesch aufgenommen und produzieren selber dort.

Q. Was hat euch angetrieben das Thema Textilien aufzugreifen und warum gerade der Schwerpunkt Bangladesch?

A. Das Thema Textilien wird an unserer Schule in den letzten zwei Jahren besonders betont. Eine Ethikklasse hatte sogar den Verbraucherschutzpreis 2017 in diesem Themenfeld gewonnen. Hier hatten wir schon einen Kontakt mit einer Aktivistin aus Bangladesch, Taslima Akhter, die uns die Augen öffnete. Bangladesch als Land lag dann nahe.

Q. Mit dem Gewinn eurer Firma geht ihr neue Wege. 30% werden gespendet. Spenden tun sicherlich andere Firmen auch, aber dahinter steckt doch viel mehr?

A. Es sind keine Spenden!

Wir investieren in die Zukunft. In hochwertige Bildung bei unserer Partnerschule, in eine Partnerschaft mit einer Gewerkschaft und einem selbstgegründeten Klimafond. Wir versuchen die Nachhaltigkeitsziele zu leben.

Q. Nachhaltigkeit findet auch innerbetrieblich statt. Wie kann man sich das vorstellen?

A. Da gibt es viel zu sagen. Hier möchte ich nur einige Aspekte nennen.

Die Abläufe in der Firma sollten, so weit es geht, papierfrei sein, das Beteiligungsverfahren der Mitglieder soll demokratisch sein, der soziale Charakter der Firma wird dabei immer neu betrachtet. Alle Anschaffungen unterliegen dem Nachhaltigkeitsgedanken von den Printmedien, über den Stempel bis zur Auslieferung unserer Ware.

Q. Was strebt ihr als Firma an?

A. Wir wollen als Schülerfirma das nachhaltigste T-Shirt einer Schülerfirma vertreiben. Uns geht es darum Menschen zu motivieren, den Weg der Nachhaltigkeit zu gehen. Dabei erheben wir keinen Zeigefinger, sondern wollen durch Nachhaltigkeit, Fairness und Transparenz überzeugen.

Danke für das Gespräch.

Johanna Renner im Gespräch mit Emily Hildebrandt



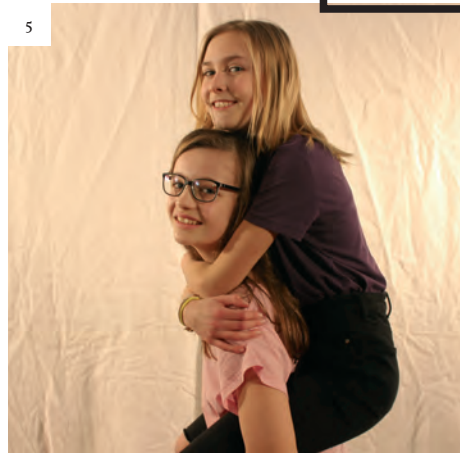
Fast Fashion vs Slow Fashion

“Pro Jahr werden um die zwölf Kollektionen von einigen Massenbekleidungsketten herausgebracht, um somit die Nachfrage anzukurbeln. Greift man nicht zügig zu, verschwindet die angesagte Ware wieder aus den Läden.”

www.nachhaltigkeit.info



**Die Zukunft hat v
sie das Unerreich
Unbekannte, fü**



Change it

L A R A D O S T A L H E C K M A N N

**viele Namen: Für Schwache ist
bare, für die Furchtsamen das
für die Mutigen die Chance.**

Victor Hugo

Wie handelt man nachhaltig und wie beginnt man eine Veränderung?

Bei vielen Menschen löst der Begriff Nachhaltigkeit immer noch Unwohlsein aus. Man fühlt sich ohnmächtig in dieser Welt und sieht es als einen Tropfen auf den heißen Stein an, wenn man etwas in Richtung Nachhaltigkeit unternimmt.

Aber wissen wir wirklich, welche Auswirkungen unser Handeln hat? Wie viel konsumieren wir und wer bezahlt dafür? Jedes Handeln hat Wirkung.

So hat auch positives Handeln Wirkung. Dies wird oftmals nicht gesehen. Wenn wir im Alltag mehr Achtsamkeit für uns und unser Handeln aufbringen, kann es unser Leben bereichern. Achtsamkeit heißt auch zum Beispiel: Den Wert eines Shirts erkennen, eine Kleidertauschparty veranstalten oder Verzicht im Konsum üben und teilen lernen.

Wann soll man beginnen?
Jetzt!





#changemaker
Friedrich-von-Alberti-Gymnasium
Hohe Str. 30 | 74177 Bad Friedrichshall
T.: 0049 7136 832800
mail: info@changemaker.fvag.net

