

## Handreichung für pädagogische Fachkräfte zum Schulprojekt “Real Me – Real Tee”



Foto: Stiftung Welt der Versuchungen

In unserem aktuellen Schüler:innen (SuS) Projekt beschäftigen wir uns mit der kulturellen Bedeutung von Symbolen auf Kleidung, wie dem ikonischen Cannabisblatt, und der Verbindung zu Konsumverhalten. Im Laufe des Projektes beobachten und sprechen die SuS über Substanzkonsum, über den Einfluss von Werbung, Medien und sozialen Netzwerken und über das „Cool sein“ und gestalten als Ergebnis eigene T-Shirts mit Icons. Hierbei wird die Wissensvermittlung rund um Cannabis, Tabak und Alkohol verzahnt mit Kreativität und Mode.

Die SuS reflektieren im Prozess die gesellschaftliche Präsenz vom Cannabisblatt und entwickeln gemeinsam Alternative Designs, bei denen sie sich die grundlegende Frage stellen: Was stärkt mich als Individuum und was stärkt uns als Gruppe, ohne legale Substanzen wie Cannabis, Tabak oder Alkohol zu konsumieren?

Dieses Projekt reagiert auf den Jugendschutz und thematisiert nicht nur den Cannabiskonsum und seine Folgen, sondern zeigt von jungen Menschen kreativ formulierte Haltungen auf, die für ein entspanntes, ausgeglichenen Alltag ohne Substanzkonsum plädieren. Der Titel „Real Me – Real Tee“ spielt auf die Authentizität der Schülerinnen und Schüler an, die im Projekt ehrlich und real über sich selbst und ihren Umgang mit Konsumverhalten sprechen. „Real Tee“ bezieht sich auf die kreativen T-Shirts, die die SuS gestalten, um ihre persönliche Haltung auszudrücken und zu zeigen, was sie als Individuen und Gruppe stärkt – ganz ohne den Konsum von Cannabis, Tabak oder Alkohol. Die Designs können humorvoll, authentisch, minimalistisch, kreativ umgesetzt werden und sollten ästhetisch ausgearbeitet werden, sodass Sie zum It-Piece werden.

## Jetzt seid ihr gefragt:

Das gemeinsame Ziel ist es, alternative Designs zu entwickeln. Findet ein Motto, das euch als Gruppe stärkt und gleichzeitig euer individuelles und gemeinschaftliches Wohlbefinden unterstützt.

Mit welchen Zeichen und Wort-/Bildmarken würdet ihr eure Individualität, Werte und Träume ausdrücken?

Habt ihr schonmal geraucht oder Alkohol getrunken? Was motiviert euch, solche Substanzen abzulehnen oder zu konsumieren? Welche Bedeutung haben für euch die Faktoren Entspannung, Spaß, Wohlfühlen, Dazugehören?

Was haben Cannabis, Tabak und Alkohol mit uns als Gesellschaft zu tun? Was wären gute Alternativen zu diesen Substanzen?

Was stärkt dich und euch als Gruppe, ohne psychoaktive Substanzen wie Cannabis, Tabak oder Alkohol zu konsumieren?

Welche Statements und Ideen als Bild- oder Wortmarken habt ihr für T-Shirts? Welche Slogans und Icons möchtet ihr „in die Welt tragen“?

## Thematischer Einstieg

Sind Dir im Alltag auch schonmal die Motto-T-Shirts und Sweater mit dem typischen ikonischen Cannabisblatt aufgefallen? Das Blatt hat nahezu überall auf der Welt einen hohen Wiedererkennungswert und ist prägnant. Zu finden ist es u.a. auch auf Socken, Halstüchern, auf Schildern im Stadtraum oder als Amulette. Doch woher kommt das Symbol eigentlich und warum funktioniert es als Icon — also als prägnante Bildmarke — wunderbar, obwohl 90% der Menschen in Deutschland gar kein Cannabis konsumieren und das Blatt letztlich für den rauschhaften Zustand nicht relevant ist?

Das Cannabisblatt hat sich aus mehreren Gründen zu einem ikonischen Symbol entwickelt, etwa durch die kulturelle Bedeutung, die es über mehrere Jahrzehnte im Zusammenhang mit der Cannabis-Nutzung und -Kultur erlangt hat.

Cannabis als Rauschmittel und damit auch das den Konsum symbolisierende Cannabisblatt wurden ab den 1960er/70er Jahren durch verschiedene Jugendbewegungen popularisiert, die sich von der Mehrheitsgesellschaft abgrenzen wollten; darunter z.B. die Hippie-Bewegung, die Beatniks oder auch die Hip-Hop-Szene. Cannabis und berauschender Konsum, auch von anderen Drogen wie beispielsweise LSD, gehörte zunehmend zum Lifestyle und war Ausdruck für Rebellion, Freiheit und Individualismus. Kurzum: Ein Rausch versprach einen Ausbruch aus gesellschaftlichen Regelwerken, wie Erwachsene sie aufstellen. Und welcher junge Mensch möchte nicht gern nach seinen eigenen Idealen und Träumen leben? Doch haben Cannabis und Rausch auch Nebenwirkungen, insbesondere für junge Menschen.

In den letzten Jahren hat sich das Cannabisblatt-Symbol weiterverbreitet, wurde kommerzialisiert und oft mit Entspannung, Kreativität oder einer lockeren Lebenseinstellung assoziiert.

Auch die Diskussionen zur Teillegalisierung von Cannabis und die damit verbundene politische Debatte haben das Symbol weiter ins öffentliche Bewusstsein gerückt.

Heute scheint es nicht mehr nur Ausdruck jugendlicher Subkulturen zu sein, sondern eher Mainstream und Popkultur. Sogar Superstars wie Rihanna, Miley Cyrus und Vanessa Hudges haben es bereits in ihre Outfits integriert.



Abbildung 1: Die schwangere Rihanna



Abbildung 2: Rihanna über den Verzicht auf Gras

Rihanna: "I was bracing myself for something insane because I knew I wouldn't have my usual coping mechanism: I can't just go and smoke a joint right now," [Ich habe mich auf etwas Krasses eingestellt, weil ich wusste, dass ich meinen üblichen Weg, damit umzugehen, nicht haben würde: Ich kann mir jetzt nicht einfach einen Joint anzünden."] (Settembre, 2022)



Abbildung 3: Miley Cyrus



Abbildung 4: Vanessa Hudgens

"The marijuana leaf is such a botanical beauty. I see cannabis more as a symbol of happiness and freedom than anything else, and so many people are beginning to see it this way too," Aiche [the Designer of the Jewellery] tells The Hollywood Reporter. "When worn on the red carpet, the glamour of Hollywood gives it an entirely new energy. It gives off this rebellious allure that's irresistible." [„Das Mariuhuanablatt ist eine solche botanische Schönheit. Ich sehe Cannabis mehr als ein Symbol für Glück und Freiheit als alles andere, und so viele Menschen beginnen, es auch so zu sehen“, sagt Aiche [der Designer der Ohringe] gegenüber The Hollywood Reporter. „Wenn es auf dem roten Teppich getragen wird, verleiht ihm der Glamour Hollywoods eine ganz neue Energie. Es strahlt diese rebellische Anziehungskraft aus, die unwiderstehlich ist.“] (Weinberg, 2019)





Abbildung 5: Anthony Kiedis



Abbildung 6: T-Shirts mit Cannabis Motiven

Das Cannabisblatt ist nicht mehr nur Ausdruck einer Pro-Haltung zu einer psychoaktiven Substanz, sondern wird als coole, rebellisch-provokante Ästhetik wahrgenommen.

Motto-T-Shirts, Statement-Shirts oder auch Band-Shirts sind aus ähnlichen Gründen beliebt: Sie bieten eine einfache und direkte Möglichkeit, eine Meinung oder Haltung auszudrücken. Das T-Shirt ist nicht mehr nur Kleidungsstück, sondern wird zu einem tragbaren Medium, um Werte zu teilen und sich mit aktuellen Trends der Popkultur zu identifizieren. Diese Shirts kombinieren modisches Statement, Selbstaussdruck und Zugehörigkeit, und kommen deshalb bei vielen so gut an.

Das Ziel der T-Shirt-Designs der Schülerinnen und Schüler ist es, eine Haltung zu vermitteln und eine positive Alternative zum Substanzkonsum darzustellen. Die Designs können in verschiedenen Stilen – sei es humorvoll, schlicht oder kreativ – umgesetzt werden und sollten so ästhetisch gestaltet sein, dass sie zu einem echten It-Piece werden.

## Kapitel 1:

- Begrüßung und Vorstellung
- Ankommen, Vorstellung & Namensschilder (Edding, Tape)
- Projektvorstellung und Erläuterung des Ablaufes
  - Thema: Symbole auf Kleidung & Konsumverhalten
  - Ziel: Gestaltung eigener T-Shirts als persönliche Ausdrucksform
  - Werte: Respekt, Vielfalt, kein Raum für Hass, Hetze, Diskriminierung
  - Als Stiftung setzen wir uns für das Stärken aller Menschen ein. In unserem Projekt legen wir großen Wert darauf, dass Respekt, Toleranz und ein positives Miteinander im Mittelpunkt stehen – Hass, Hetze und Diskriminierung haben bei uns keinen Platz.

### „4-Ecken-Fragen“

Die SuS stellen sich im Raum auf. Die vier Ecken des Raumes sind mit vier Farben (grün, blau, gelb und rot) markiert. Die SuS gruppieren sich bei ihrer vermuteten Antwort. Wenn alle SuS stehen, wird die Frage aufgelöst und erläutert.

Einstieg:

Was wäre schlimmer: 1 Woche kein Handy oder 1 Woche kein Zucker?

- A: Kein Handy
- B: Kein Zucker
- C: Beides geht klar
- D: Ich weigere mich zu antworten

Quizfrage 1:

Wie viele 12- bis 17-Jährige in Deutschland haben schon einmal Cannabis konsumiert?

- ● A: ca. 5 %
- ● B: ca. 8 % ✓
- ● C: ca. 25 %
- ● D: ca. 40 %

Auflösung 1:

Richtige Antwort: B

Laut BZgA/BIÖG haben 8,3% der 12- bis 17-Jährigen in Deutschland schon einmal Cannabis konsumiert. Das sind 2 von 25.

Quelle: BZgA, 2024

### Quizfrage 2:

Wie viele Jugendliche zwischen 12 und 17 haben regelmäßig (mindestens einmal wöchentlich) Alkohol getrunken?

- ☐ A: ca. 6 %
- ☒ B: ca. 9 %
- ☐ C: ca. 25 %
- ☐ D: ca. 40 %

### Auflösung 2:

Richtige Antwort: B

Laut BZgA haben 98,7% der 12- bis 17-Jährigen haben regelmäßig (mindestens einmal wöchentlich) Alkohol getrunken.

Quelle: BZgA, 2024

### Quizfrage 3:

Was ist aktuell (2024) die am meisten konsumierte legale Droge in Deutschland?

- ☒ A: Alkohol
- ☐ B: Tabak
- ☐ C: Vapes
- ☐ D: Kaffee

### Auflösung 4:

Richtige Antwort: A

Alkohol bleibt die am meisten konsumierte legale Droge in Deutschland. Viele trinken ihn auf Feiern, beim Essen oder einfach nur aus Gewohnheit. Alkohol ist die Nummer 1 – aber das heißt nicht, dass die anderen harmlos sind. Jede dieser Substanzen wirkt auf den Körper und das Gehirn. Manche schneller, manche langsamer.

Quelle: BZgA, 2024

### Quizfrage 5:

Was ist der Unterschied zwischen THC und CBD?

- ☐ A: Es gibt keinen Unterschied. Beide Stoffe sind gleich.
- ☐ B: CBD ist illegal, THC ist legal
- ☐ C: THC macht süchtig. CBD gibt es nur in Medikamenten
- ☒ D: THC macht high, CBD nicht

### Auflösung 5:

Richtige Antwort: D

THC sind beides Stoffe aus der Cannabispflanze, aber sie wirken unterschiedlich. THC ist der Stoff, der einen Rausch auslöst, also high macht. Beide Stoffe können medizinische Wirkungen haben.

Quelle: Hoch & Preuss, 2024

#### Quizfrage 6:

Wie wirkt Alkohol auf das Gehirn?

- ☐ A: Macht wacher
- ☒ B: Verlangsamt Reaktionen ✓
- ☐ C: Steigert Konzentration
- ☐ D: Hat keine Wirkung auf das Gehirn

Auflösung 6:

Richtige Antwort: B

Schon ab 0,3 Promille nimmt Reaktionsfähigkeit ab. Die Informationsweiterleitung zwischen den Zellen wird gehemmt. Alkohol ist wie eine Bremse fürs Gehirn. Man reagiert langsamer, denkt unklarer, traut sich Dinge, die man nüchtern vielleicht lassen würde – deine Kontrolle wird gebremst.

Quelle: Wetterling, T., Bilke-Hentsch, O., Gouzoulis Mayfrank, E. & Klein, M., 2021

#### Quizfrage 7:

Was regelt das KCanG (die Teillegalisierung von Cannabis)?

- ☐ A: Es verbietet Cannabis (THC) für medizinische Zwecke, nicht für den Konsum
- ☐ B: Es erlaubt den freien Verkauf von Cannabis in Märkten
- ☐ C: Es legalisiert Cannabis unter bestimmten Voraussetzungen für alle Personen ab 16 Jahren
- ☒ D: Es erlaubt unter bestimmten Bedingungen Besitz und Eigenanbau von Cannabis für Erwachsene ✓

Auflösung 7:

Richtige Antwort: D

Es erlaubt Erwachsenen ab 18 Jahren unter bestimmten Bedingungen:

-Besitz von bis zu 25 Gramm Cannabis in der Öffentlichkeit (Wie viele Joints sind das?)

-Anbau von bis zu drei Cannabispflanzen

-Die Mitgliedschaft in nicht-kommerziellen Anbauvereinigungen

Ziel: bessere Prävention und Kontrolle des illegalen Marktes

Quelle: KCanG

#### Quizfrage 8:

Wie viele Stoffe sind im Zigarettenrauch enthalten?

- ☐ A: unter 250
- ☐ B: ca. 500
- ☐ C: ca. 2.300
- ☒ D: über 4.800 ✓



### Auflösung 8:

Richtige Antwort: D

Im Zigarettenrauch sind etwa 5.300 bis 9.600 verschiedene chemische Substanzen enthalten. Davon sind rund 250 als giftig und etwa 90 als krebserzeugend eingestuft. Zu den gefährlichsten Stoffen gehören unter anderem:

- Nikotin – macht abhängig
- Kohlenmonoxid (CO) – ein Gas, das den Sauerstoff im Blut verdrängt – wie bei einem Autoauspuff.
- Benzol – auch in Benzin drin
- Nitrosamine
- Teerstoffe – auf der Straße
- Arsen
- Blei

Rauchen ist die häufigste vermeidbare Todesursache ist.

Quelle: Starker et al., 2025

### BONUS:

Welche Werbung beeinflusst das Kaufverhalten von Jugendlichen am stärksten?

- ☐ A: YouTube
- ☒ B: TikTok
- ☐ C: Kino
- ☐ D: Plakate

Auflösung Bonus:

Richtige Antwort: B. Quelle: Postbank Jugend-Digitalstudie 2024

Frage an die SuS: Welche Antwort hat euch am meisten überrascht?

## Kapitel 2:

„Was mir beim Thema legale/teilweise legale Substanzen (Cannabis/Alkohol) durch den Kopf geht“

Durchführung:

1. Jeder Schüler, jede Schülerin schreibt Zwei grüne Zettel mit Gedanken/Assoziationen/ Skizzen etc. zu Cannabis und Zwei blaue zu Alkohol.
2. Zettel werden gesammelt und geclustert nach Begriffen und nach Beurteilung: positiv, negativ, neutral
3. Murrende/Austausch – Genanntes wird auf Plakat festgehalten
  - a. Was denkt ihr, warum solche Begriffe häufig genannt werden?
  - b. Woher kommen diese Eindrücke? Werbung? Serien? Peergroup? Plakate an Autobahnen? (Beispiele auf PP zeigen)
4. Welche Unterschiede seht ihr in der Wahrnehmung von Alkohol und Cannabis?
  - a. z.B.: Alkohol: Gesellschaftliche Akzeptanz, Legal und normalisiert, kaum kritisch diskutiert, Teil von Ritualen...
  - b. z.B.: Cannabis: Illegalität, Mediale Doppeldeutigkeit

Ergänzende oder alternative Fragen:

- Was denkt ihr, warum manche Substanzen legal sind und andere nicht?
- Wie würdet ihr jemanden beraten, der unsicher im Umgang mit Cannabis oder Alkohol ist?
- Welche Rolle spielt Gruppendruck oder Neugier eurer Meinung nach?

## Kapitel 3:

Thema: Kleidung spricht – was tragen wir und was sagen wir damit?

Ziel: Schüler:innen erkennen, dass Kleidung mehr ist als Mode – sie kommuniziert Zugehörigkeit, Meinung und Stimmung. Sie reflektieren ihr eigenes Auftreten und wie Konsumverhalten damit verknüpft sein kann.

### Einstieg– Impulsfragen:

Was sieht man auf euren Shirts? Wer hat ein Bild/Logo drauf? Wer hat es sich selber gekauft?

Was war das letzte Kleidungsstück, das du dir gekauft hast – warum gerade das?

Kurze Blitzlichttrunde im Sitzkreis oder im Plenum.

### Input – Kleidung als Code

Kleidung ist mehr als Schutz oder „Style“ – sie ist Sprache ohne Worte:

Offene Frage: Was kann Kleidung ausdrücken?

- Sie zeigt Zugehörigkeit (z. B. Sportvereine, Subkulturen, Marken)
- Sie sendet Botschaften (T-Shirts mit Sprüchen, Logos, Symbolen)
- Sie kann provozieren, abgrenzen, einladen, verbinden
- Konsumverhalten (Marken, Trends) spielt dabei eine große Rolle: Bin ich cool, wenn ich das Richtige trage?

➡ Übergang zur Diskussion: „Was sehen wir an Kleidung auf Social Media, bei Influencer:innen, in unserer Schule – und was macht das mit uns?“

### Kleingruppenarbeit

Aufgabe: Jede Gruppe erhält ein Plakat mit einer dieser Leitfragen:

- Welche Kleidungsstile und Symbole sieht man aktuell oft in der Schule oder auf Social Media?
- Was drückt man mit bestimmten Marken oder Styles aus?
- Wie verändert Kleidung unsere Wirkung auf andere?
- Welche Rolle spielt Gruppenzugehörigkeit beim Thema Kleidung und Konsum?

→ Ergebnisse werden mit Symbolen, Skizzen, Begriffen festgehalten und am Ende kurz vorgestellt.

## Auswertung & Überleitung zum Designprozess

Gemeinsames Gespräch im Plenum:

- Was habt ihr in der Gruppenarbeit herausgefunden?
- Gibt es Kleidungsstücke oder Symbole, bei denen man sofort weiß, was sie „sagen“ wollen?
- Was wären positive Symbole für euch? Etwas, das für Stärke, Zusammenhalt oder Persönlichkeit steht?

Überleitung zur kreativen Phase:

→ „Stellt euch vor, ihr könntet ein eigenes Zeichen erschaffen – ein Symbol für das, was euch wichtig ist. Was würde es ausdrücken?“

## Hausaufgabe zur Verfügbarkeit und Sichtbarkeit von Cannabis, im Vergleich mit einer anderen, in Deutschland für Erwachsene legalen psychoaktiven Substanzen

Die Klasse wird hierfür in zwei Gruppen aufgeteilt:

- Gruppe 1: Beobachtet und notiert, ob euch das Cannabissymbol auffällt im öffentlichen Raum, beim Einkaufen, in Zeitschriften, im Internet und auf Social Media (ggf. fotografieren/Screenshots anfertigen) und zum nächsten Treffen mitbringen.
- Gruppe 2: Beobachtet und notiert, ob euch die Substanz Alkohol auffällt im öffentlichen Raum, beim Einkaufen, in Zeitschriften, im Internet und auf Social Media (ggf. fotografieren/Screenshots anfertigen) und zum nächsten Treffen mitbringen.

Nächstes Mal sprechen wir über Vorbilder, was uns stärkt – und ihr bringt euer Lieblings-Motto-Shirt mit. Warum habt ihr es gern? Was bedeutet es für euch?

- Lieblings-T-Shirt mitbringen (egal ob mit Spruch, Logo, Bild)
- 3 Stichpunkte aufschreiben: Was gefällt mir daran? Was sagt es über mich aus
- Wenn möglich alte/neue Zeitschriften und Schere, Kleber, Stifte mitbringen

## Abschlussrunde

Die SuS schreiben ihr Feedback auf einen Zettel

- Was war heute spannend / überraschend?
- Gibt es schon erste Ideen, wie euer T-Shirt aussehen könnte?

## Kapitel 4:

### Einstieg & Begrüßung

- Kurze Erinnerung: Worum geht's im Projekt?
- Was haben wir beim letzten Mal gemacht?
- Hinweis: Heute schauen wir auf die Hausaufgabe, das Thema „Cool-Sein“ und erste Designideen.
- Wer möchte sein Lieblingsshirt vorstellen?

### Besprechung der Ergebnisse aus der Hausaufgabe

Welche Messages werden über Werbung oder Social Media mit den Substanzen verbunden? Was sagen Verfügbarkeit und Präsenz der Substanzen aus über die Akzeptanz in der Gesellschaft?

Was sehen wir oft?

Was macht das mit unserer Wahrnehmung – wird's normal? Cool? Ungefährlich?

SuS zeigen ihre Handyfotos oder erzählen, was ihnen aufgefallen ist:

Werbung (z. B. auf TikTok, Insta, Supermarkt, Musikvideos)

Kleidung / Symbole (T-Shirts, Sticker, Caps etc.)

Influencer:innen, Marken, Rapper:innen ...

### Fragen zur Diskussion

#### ➤ Thema Wahrnehmung & Normalisierung

- „Warum glauben Werbefirmen, dass Alkohol oder Cannabis ein gutes Werbemittel ist?“
- „Wie wirkt es auf uns, wenn Rapper oder Influencer:innen Alkohol oder Cannabis zeigen?“
- „Was passiert, wenn man das immer wieder sieht – auch wenn man gar nicht konsumiert?“

#### ➤ Thema Akzeptanz in der Gesellschaft

- „Was sagt es aus, wenn Alkohol so offen beworben werden darf?“
- „Warum ist Alkohol erlaubt und Cannabis (noch) nicht? Kommt euch das gerecht vor?“
- „Wird Cannabis gerade normaler – merkt ihr das im Alltag?“

#### ➤ Thema Symbolik & Kleidung

- „Was sagt ein Hanfblatt auf einem T-Shirt aus? Ist das einfach Mode oder ein Statement?“
- „Wie würden Erwachsene reagieren, wenn jemand in der Schule ein Shirt mit einer Alkoholmarke trägt?“



## Kapitel 5:

### Immer schön Cool bleiben...

Was ist cool und wer sind eure Vorbilder und warum? Warum möchte man Cool sein?

Cool Kids vs. Warm Kids?

Was haben Vorbilder mit mir zu tun?

Wie beeinflusst Werbung unsere Vorstellung von „cool“ oder „schön“?

Welches Wort benutzt ihr eigentlich für ‚cool‘?

(z. B. „chillig“, „stabil“, „cringe“ als Gegenteil, „nice“, „wild“, „lit“, „fresh“...)

1. Was findest du persönlich cool?

- Welche Begriffe kommen häufig vor?
- Welche Unterschiede seht ihr – zwischen Jungs/Mädchen, Altersgruppen, Schulformen?
- Gibt's etwas, das ihr früher cool fandet – jetzt aber nicht mehr?

Vertiefung:

- Was macht etwas wirklich cool – und was ist nur Fassade?
- Wie oft ist das, was andere cool finden, für euch eigentlich gar nicht wichtig?

2. Welche Rolle spielt "cool sein" in der Schule für dich?

- A: Total wichtig
- B: Ich achte schon drauf, aber nicht übertrieben
- C: Eigentlich egal
- D: Ich finde es anstrengend, dass man "cool sein" muss

Vertiefung:

- Was passiert, wenn man nicht mithalten will oder kann?
- Gibt's auch Vorteile, wenn einem das egal ist?
- Wer von euch war überrascht von den Antworten?
- Ist der Druck, cool zu sein, überall gleich – oder gibt's Unterschiede je nach Klasse, Clique, Schule?

3. Wer beeinflusst dein Gefühl von „cool sein“ am meisten?

- A: Freund:innen
- B: Social Media
- C: Stars/Influencer:innen
- D: Familie
- E: Ich selbst

Vertiefung:

- Was hilft euch, euch nicht verbiegen zu müssen?
- Kann man 'cool' sein, ohne jemandem nacheifern zu müssen?
- Was fällt euch auf – wie stark beeinflussen Social Media & Freund:innen?
- Und was bedeutet das für eure eigene Entscheidungskraft?

#### 4. Was ist für dich gar nicht cool?

(Offene Frage – super als Icebreaker oder Diskussionsstarter)

z. B. Angeberei, Fake, Gruppenzwang, „nur Marken zählen“ etc.

Vertiefung

- Warum nervt das? – Kommt das bei euch oft vor?
- Wie geht ihr damit um?

#### 6. Warum ist Kleidung für dich (manchmal) wichtig?

- A: Ich will mich ausdrücken und zeigen, wer ich bin
- B: Ich möchte dazugehören und nicht auffallen
- C: Ich achte auf Marken, weil sie cool wirken
- D: Kleidung ist mir eigentlich egal – Hauptsache bequem

Vertiefung

- Wie unterschiedlich sind eure Einstellungen dazu?
- Was bedeutet Kleidung in Bezug auf Gruppen, Zugehörigkeit, Status?
- Gibt's einen Unterschied zwischen ‚ich trage das für mich‘ und ‚ich trage das, weil es erwartet wird‘?
- Was macht wirklich jemanden cool?
- Ist cool sein immer noch so wichtig – oder verändert sich das?
- Wie beeinflussen Werbung, Stars, Trends unser Bild von ‚cool‘?
- Können wir selbst entscheiden, was cool ist – oder lassen wir es entscheiden?
- Gibt's Alternativen zu cool – wie z. B. ehrlich, entspannt, verlässlich?

## Kapitel 6:

### Offenes Gespräch zu Motiven

Drei Gruppen + Drei Plakate

- Wie entspannt ihr euch (ohne etwas zu konsumieren – z.B. ohne Gaming)?
- Wann seid ihr mutig? Was hilft euch dabei?
- Wie belohnt ihr euch ohne Konsum?

Formulierung in kurzen Worten mit Ausblick auf die Erstellung eines Ikons.

Vorstellung der Ergebnisse!

### Assoziationskette Übung – Wort zu Bild

Ziel: Die SuS entwickeln ein Symbol, das für sie persönlich Entspannung, Mut oder Belohnung ohne Konsum darstellt – als Alternative zum bekannten Cannabisblatt.

Ablauf:

1. Assoziationskette
2. Alle überlegt sich ein Wort, das für Entspannung, Mut oder Belohnung steht – ohne Konsum. – Schreiben es sich auf ein A3 Blatt (wird später zum Moodboard)
3. Zum Beispiel: Ruhe → Natur → Wald → Baum → Blätter → Wind → Freiheit
4. Aus dem Wort wird ein Bild
5. Die SuS wählen ein starkes Bild aus ihrer Kette aus und überlegen:
6. Wie könnte dieses Bild als kleines Symbol aussehen?
7. Die SuS zeichnen eine einfache Skizze – wie ein kleines Icon oder Shirt-Motiv. Es kann symbolisch, kreativ, abstrakt oder minimalistisch sein.

Beispiele:

- Ein fliegender Vogel für Freiheit
- Eine aufgehende Sonne für neue Energie
- Ein Baum für innere Ruhe

## Kapitel 7:

### Übungstitel: „Moodboard: Ich als Symbol“

Ziel: Lockerer Einstieg zur Ideensammlung – erste Bild- oder Wortideen für das eigene Design entstehen. Die Moodboards bilden die Grundlage für die Arbeit mit Julia Heinemann.

Material: Schere, Klebestifte, alte Zeitschriften, Marker, ggf. Tablets für Bildersuche, ein A4-Blatt pro Person

Ablauf:

1. Jede:r gestaltet ein persönliches Moodboard mit Collage-Stil: Bilder, Farben, Begriffe, kleine Skizzen
  2. Stichworte: Was macht mich aus? Was ist mir wichtig? Was motiviert mich? Wovon will ich mich abgrenzen?
- Diese Boards können zur Inspiration für das spätere T-Shirt-Design dienen und im Klassenraum hängen bleiben.

### Fragen für den Eintritt in die kreative Phase

Mit welchem Zeichen würdet ihr eure Individualität, Werte und Träume ausdrücken?

Habt ihr schonmal geraucht oder Alkohol getrunken?

Was motiviert euch, solche Substanzen abzulehnen oder zu konsumieren?

Welche Bedeutung haben für euch die Faktoren Entspannung, Spaß, Wohlfühlen, Dazugehören?

Was haben Cannabis, Tabak und Alkohol mit uns als Gesellschaft zu tun?

Was wäre eine gute Alternative zu diesen Substanzen?

Was stärkt dich und euch als Gruppe, ohne psychoaktive Substanzen wie Cannabis, Tabak oder Alkohol?

Welche Statements, welche Ideen als Bild- oder Wortmarke möchtet ihr für eure T-Shirts kreieren?

## Kapitel 8:

Der erste Termin bietet Zeit zum Kennenlernen der Materialien und dem Umgang mit Textil. Der zweite Termin dient der Umsetzung des eigenen Projektes.

In Einzelarbeit oder Kleingruppen haben die SuS mit verschiedenen Techniken die Möglichkeit ihr eigenes Design zu erstellen und auf ein T-Shirt zu übertragen und somit einen Prototyp zu erstellen. Das Design sollte so sein, dass es als Grafik reproduzierbar ist. Die SuS sollen sich im Prozess auch überlegen, wie sie ihr Urheberzeichen sichtbar machen (Gruppenname/ „Designername“).

Mögliche Techniken:

Druck (Linol, Kartoffel, etc.), Sticken, Nähen, Textilfarbe, -stifte, Bügelfolie, Bleiche, Schablonen etc.

Die SuS erarbeiten jeweils ein kurzes schriftliches Statement zu ihrem erstellten Design.



Die gemeinnützige Stiftung Welt der Versuchungen ist Initiatorin eines innovativen Projektes. Sein Ansatz ist es, Suchtprävention, Gesundheitsförderung und die Künste in einem neuen Ausstellungshaus miteinander zu verbinden. Damit möchte die Stiftung möglichst viele Menschen ansprechen, in ihren unterschiedlichen Lebenswelten erreichen und sie mit Musik, bildender Kunst oder starken Installationen abholen und sie zum Gespräch und Nachdenken einladen. Klischees werden so aufgebrochen und ein ehrlicher Umgang mit der Thematik möglich.

Mit ihrer dritten Ausstellung widmet sich die Stiftung Welt der Versuchungen dem Cannabis – durch die noch recht junge Teillegalisierung dieser psychoaktiven Substanz ein aktuell kontrovers diskutiertes Thema in den Bereichen Jugendschutz, Drogen, Sucht und Psychiatrie.

Die Ausstellung wird 2025 mit dem bewährten Mix aus Wissenschaft und Kunst sowie einem breit aufgestellten Vermittlungs- und Veranstaltungsangebot über Cannabis informieren und die kritische Auseinandersetzung fördern. Das Angebot richtet sich an unterschiedliche Zielgruppen, doch ein Schwerpunkt liegt auf jungen Menschen bis 25 Jahre.

Die niederschwellige Aufbereitung ermöglicht ein Verstehen der aktuellen wissenschaftlichen Kenntnisse – während die Kunst Ebenen aufzeigt, die sonst unsichtbar sind und Freiraum gibt für eigene Fragen und Gespräche. Diese Kombination fördert die Auseinandersetzung und ein Bewusstsein für die Risiken eines Konsums. Durch das immersive, wortwörtliche „Begreifen“ und „Mitmachen“ des Publikums mit und an den Objekten verankert sich einerseits neu erlangtes Wissen. An verschiedenen Stationen ist das Publikum immer wieder eingeladen, Aspekte der Ausstellung auf die eigenen Lebenswirklichkeit zu beziehen und auf diese Weise die Relevanz des Themas für sich und das eigene Umfeld zu reflektieren.

Zudem streben wir ein Forschungsprojekt an, das die Wirkung der Ausstellung und ihren Ansatz evaluiert in Zusammenarbeit mit einer universitären Institution und Schulen in Ergänzung von Projekten wie „Safe Place“: Wie nachhaltig und wirkungsvoll ist die Ausstellung in der Vermittlung von Wissen, von Selbst- und gemeinschaftlicher Fürsorge zur Ergänzung der Primärprävention, um junge Menschen in ihrer Risikokompetenz in Bezug auf das Rauschmittel Cannabis zu fördern und zu stärken?

LinkedIn: [company/weltderversuchungen](https://www.linkedin.com/company/weltderversuchungen)

Instagram: [@weltderversuchungen](https://www.instagram.com/weltderversuchungen)

Facebook: [@weltderversuchungen](https://www.facebook.com/weltderversuchungen)

YouTube: [@weltderversuchungen](https://www.youtube.com/weltderversuchungen)

## Bildnachweise:

Abb. 1: Settembre, Jeanette (Autorin) in: New York Post. (2022): Pregnant Rihanna on giving up pot: 'I can't just go and smoke a joint right now'. <https://nypost.com/2022/04/13/pregnant-rihanna-i-cant-just-go-and-smoke-a-joint-right-now/>, Zugriff: 13.02.2025

Abb. 2: Charhi, Issam (Autor) in: Public. (2013): Fotos: Rihanna: Fan des Cannabisblattes! <https://www.public.fr/diaporamas/photos-rihanna-fan-de-la-feuille-de-cannabis>, Zugriff: 13.02.2025

Abb. 3 und 4: Weinberg, Lindsay (Autorin) in: The Hollywood Reporter. (2019): High Fashion: Is Cannabis Couture Coming to the Red Carpet? <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/high-fashion-is-cannabis-couture-coming-red-carpet-1181746/>, abgerufen am 13.02.2025

Abb. 5: T-Shirts mit Cannabis Motiven [https://www.shirtinator.de/t-shirts/cannabis?srsId=AfmB0oo8ha9e\\_5il8wXmeuUgAMgbl49YXwd83gR\\_p9JRmKMBtPJfjRbl&p=1](https://www.shirtinator.de/t-shirts/cannabis?srsId=AfmB0oo8ha9e_5il8wXmeuUgAMgbl49YXwd83gR_p9JRmKMBtPJfjRbl&p=1), Zugriff: 13.02.2025

## Quellennachweise:

Settembre, Jeanette (Autorin) in: New York Post. (2022): Pregnant Rihanna on giving up pot: 'I can't just go and smoke a joint right now'. <https://nypost.com/2022/04/13/pregnant-rihanna-i-cant-just-go-and-smoke-a-joint-right-now/>, Zugriff: 13.02.2025

Charhi, Issam (Autor) in: Public. (2013): Fotos: Rihanna: Fan des Cannabisblattes! Online zu finden unter: <https://www.public.fr/diaporamas/photos-rihanna-fan-de-la-feuille-de-cannabis>, Zugriff: 13.02.2025

Weinberg, Lindsay (Autorin) in: The Hollywood Reporter. (2019): High Fashion: Is Cannabis Couture Coming to the Red Carpet? <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/high-fashion-is-cannabis-couture-coming-red-carpet-1181746/>, Zugriff: 13.02.2025.

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) (2024): Ausgewählte Ergebnisse zum Cannabiskonsum der Studie „Die Drogenaffinität Jugendlicher in der Bundesrepublik Deutschland 2023“. Befragt wurden 7.001 junge Menschen im Alter von 12 bis 25 Jahren im Zeitraum April bis Juni 2023. Köln.  
[www.bzga.de/fileadmin/user\\_upload/PDF/pressemitteilungen/daten\\_und\\_fakten/Infoblatt\\_Drogenaffinit%C3%A4tsstudie\\_2023\\_Cannabis.pdf](http://www.bzga.de/fileadmin/user_upload/PDF/pressemitteilungen/daten_und_fakten/Infoblatt_Drogenaffinit%C3%A4tsstudie_2023_Cannabis.pdf), Zugriff: 04.02.2025.

Wetterling, T., Bilke-Hentsch, O., Gouzoulis Mayfrank, E. & Klein, M. (2021): Alkoholmissbrauch und -abhängigkeit (Sucht: Risiken - Formen - Interventionen: Interdisziplinäre Ansätze von der Prävention zur Therapie) (1. Aufl.). W. Kohlhammer GmbH., Zugriff: 13.02.2025.