

**Fachlicher Steckbrief:
die wissenschaftlichen Grundlagen zum Gegenstand der Lernumgebung**

| | |
|--|---|
| <p>Thema (als Fragestellung) der Lernumgebung</p> <p><i>Das Thema ist für die Lernenden ansprechend zu formulieren. Es ist eine inhaltlich-intentionale Aussage, d.h. es spiegelt Ziel- und Inhaltsentscheidungen wider.</i></p> | <p>Was hat Fast Food mit der Modebranche zu tun?</p> <p>Themenschwerpunkte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fast Fashion • Slow Fashion • (Güte) Siegel • Marketing/Werbung |
| <p>Definition zentraler (Fach-)Begriffe zur Klärung des Gegenstandes</p> <p><i>Achtung: konkreter Bezug zum Thema! Sind ausgewählte Naturfasern Gegenstand Ihrer Lernumgebungen, ist keine Definition des Begriffes ‚Chemiefasern‘ nötig (nur weil das auch Fasern sind).</i></p> | <p>Nachhaltigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeit bedeutet, nur so viel von einer Sache zu verbrauchen, wie in der Natur neu entstehen kann. Heute spricht man viel über Nachhaltigkeit, vor allem in Verbindung mit dem Klimaschutz. <p>Konsum:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konsum ist alles, was die Menschen an alltäglichen Dingen „verbrauchen“, zum Beispiel Lebensmittel. Wenn Menschen konsumieren, geben sie Geld aus. Kleidung kann auch konsumiert werden. Wenn viel konsumiert wird, kaufen die Menschen viele Dinge. <p>Konsumgesellschaft:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Einkaufen und Verbrauchen spielt heute eine große Rolle. Deswegen spricht man auch davon, dass wir in einer „Konsumgesellschaft“ leben. Manche Menschen kritisieren, dass in der Konsumgesellschaft auch viel Unnötiges hergestellt und verbraucht wird. <p>Fast Fashion:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fast Fashion bedeutet so viel wie „schnelle Mode“. Erst gucken sich die Designer der großen Modefirmen die neusten Trends, zum Beispiel auf Modewochen, ab. Dann lassen sie schnell ihre eigene Kleidung entwerfen und nähen. So hängen schließlich alle paar Wochen neue Kleidungsstücke auf den Stangen – und zwar zu sehr günstigen Preisen! Damit die Modefirmen ihre Kleidung auch zu günstigen Preisen verkaufen können, lassen sie die Klamotten in Ländern wie Bangladesch und China produzieren, in denen die Löhne sehr niedrig sind. Für die Näherinnen und Näher in den Fabriken ist es erst mal gut, wenn in ihrem Land produziert wird, denn sie haben nun einen Job. Leider sind aber die Arbeitsbedingungen oft sehr schlecht und arbeiten bis zu sechs Tagen in der Woche und das über zehn Stunden am Tag. Trotzdem verdienen sie nur etwa 50 Euro im Monat. In vielen Ländern der Erde arbeiten Kinder, um Geld zu verdienen. Sie brauchen das Geld zu überleben, deswegen müssen sie arbeiten, statt in die Schule zu gehen. Auch in der Textilindustrie wird die Kinderarbeit benutzt. Ein Beispiel hierfür ist Bangladesch. Hier arbeiten insbesondere viele junge Mädchen als Näherinnen in den Fabriken. Bei vielen Fabrikarbeiter wird durch die Arbeit die Gesundheit gefährdet, weil sie zum Beispiel giftige Stoffe einatmen, die bei der Bearbeitung und Färbung der Kleidung entstehen. Die meisten Kleidungsstücke werden aus Baumwolle oder Polyester hergestellt. Beide Stoffe können schlecht für die Umwelt sein. Die Baumwolle brauchen im Anbau viel Wasser. Die Menschen nutzen meist chemische Pestizide um die Ernte der Baumwolle zu verbessern. Diese giftigen Stoffe können auch die Umwelt belasten, weil das Abwasser der Fabriken oft direkt in Flüsse geleitet wird, die dadurch vergiftet werden. <p>Slow Fashion:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Slow kommt aus dem Englischen und bedeutet langsam. Doch was ist hier eigentlich langsam? Die Antwort ist der Konsum der Verbraucher, als uns. Wenn wir uns vor dem Kauf unseren Kleiderschrank anschauen und dann merken, was wir eigentlich schon haben. Können wir verhindern beim Einkaufen Kleidung mitzunehmen, die dann vielleicht nie getragen werden würden. Slow Fashion kann aber auch bedeuten, dass man die Kleidung, die man bereits hat einfach länger trägt. <p>Gütesiegel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Heute kennen wir das Wort „Siegel“ vor allem wegen der „Gütesiegel“. Ein Gütesiegel ist ein Zeichen für eine besondere Qualität, eine „Güte“. |

| | |
|---|---|
| | <p>Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing ist ein Beruf, bei dem es darum geht, Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt zu bringen und zu verkaufen. <p>Greenwashing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Greenwashing ist der Versuch einer Firma, sich als nachhaltig und umweltbewusst auszugeben. Die Firmen erfinden zum Beispiel Siegel, die für Nachhaltigkeit stehen sollen. Die Käuferinnen und Käufer sollen das Gefühl haben, ein umweltfreundliches Produkt zu kaufen. Die Firmen verstecken dadurch oft ihre umweltbelastenden Aktivitäten. |
| <p>Erläuterung zentraler Fakten (und ggf. Daten) zur Klärung des Gegenstandes</p> <p><i>Achtung: konkreter Bezug zum Thema! Ist die Funktionsweise einer Nähmaschine Inhalt der Lernumgebung, spielt die historische Entwicklung der Nähmaschine hier keine Rolle.</i></p> | <p>Fast Fashion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modefirmen • Produktion im Ausland • Arbeitsbedingungen • Kinderarbeit • Umweltbelastung <p>Slow Fashion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beweggründe • Unterstützung von Slow Fashion • Durchsetzung von Slow Fashion • Funktion von Kleidung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ besondere Ereignisse: Hochzeit, Beerdigung ▪ Berufs-(zuordnung): Uniform usw. ▪ Praktikabilität und Funktionalität : Schutzkleidung, Regenkleidung, Sportkleidung ▪ Identitätsentwicklung <p>Gütesiegel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Grüne Knopf • Der Blaue Engel • GOTS <p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben von Marketing-Manager:innen • Unterscheidung zwischen Marketing und Werbung • Marketing-Tricks <ul style="list-style-type: none"> ▪ Influencer-Marketing ▪ Erlebnis-Marketing ▪ Social-Media-Marketing ▪ Greenwashing <p>Werbung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orte der Werbung • Werbetricks <ul style="list-style-type: none"> ▪ Meinung von Experten und Expertinnen ▪ Künstliche Verknappung ▪ Sinneswahrnehmung ▪ Siegel ▪ Emotionale Werbung |
| <p>Gibt es kontroverse Deutungen in der Wissenschaft? – Wissenschaftliche Positionen differenziert darstellen!</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Altkleider (Gewinn durch Wiederverkauf) • Kritischer Umgang mit dem fehlenden Vertrauen die Gütesiegel |
| <p>Können Bilder/ schematische Darstellungen/ Visualisierungen helfen, den Gegenstand fachlich zu verstehen?</p> | <p>siehe Homepage</p> |