



Training

Kompetenzen

Die Schülerinnen und Schüler

- wenden die erworbenen Kompetenzen an.

Kennen und verstehen

- „Taschengeld-Paragraf“, §110 BGB
 - Upcycling
 - Werbung
 - Euro
 - Niedriglohnländer
 - Gewerkschaften, Clean Clothes Campaign
- Accessoires sind modische Ergänzungen wie z. B. Handtaschen, Ketten, aber auch Möbel und Autos. Kollektionen werden von Designern zu bestimmten Zeiten im Jahr veröffentlicht und zeigen die neu entworfene Kleidung und Accessoires.
- Schuluniformen sind verpflichtend, während Schulkleidung nur von Schulen angeboten wird und Schülerinnen und Schüler sie freiwillig tragen können.
- Im Mittelalter herrschte eine strenge Kleiderordnung. Frauen und Männer durften nur bestimmte Kleidungsstücke besitzen und tragen. Dies richtete sich vor allem nach den Steuern, die der Mann bezahlte. Stoffe und Farben, die die Menschen trugen, zeigten, wer sie waren und zu welchen Gruppen beziehungsweise Berufsständen sie gehörten.
- Heute ist in Deutschland jeder prinzipiell frei in seiner Kleiderwahl, die sich nach Wetter und Mode richtet. Ausnahmen gibt es für bestimmte Berufsgruppen. Hier soll unter anderem vor Gefahren geschützt werden (z. B. Feuerwehrmann, Chemikerin, Bauarbeiter). Uniformen gibt es aber auch in Berufen mit hoheitlichem Charakter (z. B. Polizisten, Vollzugsbedienstete).

Beurteilen und bewerten

- Der Schottenrock ist tatsächlich ein traditionelles Kleidungsstück, wird aber auch noch heute, wenn auch selten, im Alltag getragen. Der Diskussionspunkt ist hier das „nur“, denn ein Kilt ist bis heute auch Alltags- und Festbekleidung (je nach Qualität).
 - Die schottischen Fußball- und Rugbymannschaften präsentieren sich gern in der Öffentlichkeit mit einem Schottenrock. Damit zeigen sich Sportler von als männlich geltenden Sportarten in einem Kilt, was gemeinhin nicht als unmännlich angesehen wird.
 - Verschiedene Rockbands, Schauspieler und auch das britische Königshaus tragen bis heute zuweilen Schottenröcke. Wodurch das traditionelle Kleidungsstück in die Gegenwart geholt und modernisiert wird.
 - Zum Tragen eines Kiltes gehört immer auch eine Lebenseinstellung, die den Schottenrock zu einem traditionellen, modernen, festlichen oder alltäglichen Kleidungsstück macht.

7 „Öko-Kette statt Billigkette“

- Argumente für die Öko-Kette: nachhaltige Produktion, transparente und faire Herstellungskette, schadstoffarm, soziale Verantwortung
- Argumente für Billigkette: bezahlbare Mode, immer wieder neue Kollektionen,
- Klasse statt Masse
- Klasse: langlebig, da meist gute Verarbeitung
- Masse:
kontra: schlechte Verarbeitung; vermehrter Müll; Ausbeutung der Hersteller, da Masse günstig sein muss
pro: preiswert, immer aktuell gekleidet

Handeln

- Sucht euch ein Produkt aus, welches ihr in einem Verkaufsgespräch verkaufen könnt. Empfehlenswert ist es hierbei, das Produkt oder ein Ähnliches vor Ort zu haben.
 - Ihr sollt nun zu euren Personen Argumente sammeln und auch mögliche Gegenargumente überlegen. Tipp: Der Verkäufer möchte gern überzeugen und sollte überlegen, wie er auf die Kritik – z. B. den Preis – reagieren könnte. Der Käufer möchte vielleicht nicht unbedingt das Produkt kaufen und sollte sich überlegen, wie er sich aus der Situation bringen kann, z. B. Preis – das ist mir zu teuer.
 - Beobachtet das Verkaufsgespräch und versucht gute sowie ungünstige Formulierungen zu notieren.
 - Emotionales Analysieren der Verkaufs- und Kaufsituation soll formuliert werden:
 - Ich fand es ...
 - Mir fiel es leicht/schwer ...
 - An der Stelle ... fühlte ich mich ...
- Hier liegt der Schwerpunkt auf der Differenzierung von informativer Werbung und emotionaler Werbung. Empfehlenswert ist es, eine Analyse einer aktuellen Zeitungsanzeige vorzuschalten.
 - Produkte überlegen sowie informativ begründen.
 - Daraus folgend soll hier eine Zeitungsanzeige mit den Argumenten aus Aufgabe a) gestaltet werden.
 - Betrachtet die Produkte und beurteilt sie erst einmal indem ihr ein Blatt neben das Produkt hängt ein Symbol aufmalt, ob es informativ ist (Stift malen) oder emotional (Herz malen). Danach sollt ihre eure Entscheidung begründen.
 - Ich finde diese Werbung emotional/informativ, weil ...
 - Mir gefällt die Information ...
 - Das ist eine informative/emotionale Werbung, da ...