

Didaktischer Steckbrief

<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>Übergeordneter Inhalt</p> <p><i>Übergeordneter, zentraler Inhalt der Lernumgebung.</i></p>	<p>Bewusstes Nachdenken über das eigene Konsumverhalten beim Kauf von Kleidung</p>
<p>Teilinhalte und ihre Teilfragen</p> <p><i>Hier werden die Teilinhalte und ihre Teilfragen genannt, die den übergeordneten Inhalt strukturieren bzw. ihn in Teilschritte bzw. Teilaspekte zerlegen.</i></p>	<p>Einstieg</p> <ul style="list-style-type: none"> • eigenes Konsumverhalten hinterfragen • Was bedeutet Nachhaltigkeit? • Was bedeutet Konsum? • Was bedeutet Konsumgesellschaft? <p>Fast Fashion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist Fast Fashion? • Nachteile von Fast Fashion • Was sind die Folgen von Fast Fashion? <p>Slow Fashion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist Slow Fashion? • Wieso „Slow Fashion“? • Wie kann Slow Fashion unterstützt werden? • Wie kann Slow Fashion durchgesetzt werden? • Welche Funktionen erfüllt Kleidung? <p>Güte-(Siegel)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist ein Siegel? • Welche Siegel gibt es? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Der Grüne Knopf ▪ Der Blaue Engel ▪ GOTS <p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was bedeutet Marketing? • Welche Ausgaben nehmen Marketing-Manager:innen wahr? • Differenzierung zwischen Marketing und Werbung • Welche Marketingstrategien gibt es? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Influencer-Marketing ▪ Erlebnis-Marketing ▪ Social-Media-Marketing ▪ Greenwashing <p>Werbung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wo findet man Werbung? • Welche Werbetricks gibt es? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Meinung von Experten und Expertinnen ▪ Künstliche Verknappung ▪ Sinneswahrnehmung ▪ Siegel ▪ Emotionale Werbung <p>Abschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> • erneutes hinterfragen des eigenen Konsumverhaltens • Wissensüberprüfung • Beantwortung der Fragestellung

<p>Ziele/ Lernziele</p> <p><i>Die Lernziele beschreiben das gewünschte Lernergebnis/ das Resultat des Lernprozesses mit der Lernumgebung. Beschrieben wird also (möglichst genau) was die Lernenden ausgehend vom Bildungsinhalt können (Kognition).</i></p>	<p>Die Lernenden...</p> <p>... beschreiben Nachhaltigkeit im Zusammenhang mit Kleidung und diskutieren ihr eigenes Konsumverhalten sowie Verbesserungsmöglichkeiten.</p> <p>... können ihre persönliche Bedeutung von Mode und Shopping erkennen.</p> <p>... kennen die Nachteile von der Fast Fashion-Industrie.</p> <p>...kennen die Vorteile von „Slow Fashion“.</p> <p>... können Alternativen zum Wegwerfen kennenlernen und erproben.</p> <p>... entwickeln eine konstruktiv- kritische Einstellung zum Bereich Mode und Konsum.</p> <p>... lernen ausgewählte Zusammenhänge zwischen Konsum und nachhaltiger Entwicklung kennen.</p> <p>... können verschiedene Gütesiegel unterscheiden und dessen Funktion bestimmen.</p> <p>... können die unterschiedlichen Funktionen von Kleidung benennen.</p> <p>... entwickeln eine konstruktiv- kritische Einstellung zu den Marketingstrategien und Werbetricks.</p> <p>... setzen sich an Beispielen aus dem Bereich des Konsums mit den Dimensionen von Nachhaltigkeit auseinander.</p> <p>... fördern ihre Sozial- und Handlungskompetenz, indem sie nachhaltige Handlungsalternativen im Bereich des Konsums entwickeln.</p>
<p>Gegenwartsbedeutung</p> <p><i>Hier wird beschrieben, welche Bedeutung</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1. die an dem Inhalt/ den Inhalten sowie</i> <i>2. die an der medialen Umsetzung zu gewinnenden Erfahrungen, Erkenntnisse, Fähigkeiten oder Fertigkeiten bereits jetzt im Leben der Kinder haben.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf von Kleidung als Teil der eigenen Lebenswelt • tägliche Konfrontation mit Werbung, Marketing (Einfluss bewusst machen) • Achtsamer Umgang mit Kleidung • Reflexion des eigenen Konsumverhaltens • Die negativen Auswirkungen von übermäßigem Konsum
<p>Zugänglichkeit</p> <p><i>Hier wird beschrieben,</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1. warum der Inhalt/ die Inhalte für die Lernenden zugänglich ist/ sind, d.h. worin der konkrete Lebensweltbezug liegt (Interesse der Lernenden, Alltagserfahrungen etc.) und</i> <i>2. wie (mediale) Zugänglichkeit durch die Lernumgebung hergestellt wird.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Der eigene Kleiderschrank (noch ungetragene Kleidung) • soziale Medien • Flohmarkt • Geschwister • Altkleidercontainer • Kleiderkreisel • Vinted • Ebay • Second Hand Laden • Kleiderbörse <p>Multimediale Lernumgebung</p> <ul style="list-style-type: none"> • digitale Materialien (Fotos, Video, Animationen) an die Zielgruppe anpassen/ aufbereiten
<p>Zukunftsbedeutung</p> <p><i>Hier wird beschrieben, worin</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1. (vermutlich) die Bedeutung des Inhalts/ der Inhalte und</i> <i>2. die vermutete Bedeutung der medialen Umsetzung/ Erschließung für die Zukunft der Kinder liegt.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Privater Konsum (Geld sparen) • Aufklärungsarbeit, um gravierende Umweltbelastungen einzudämmen(Klimaschutz, Förderung des Umweltbewusstseins) • Digitalisierung aller Lebensbereiche

<p>Exemplarische Bedeutung</p> <p><i>Hier wird beschrieben, welche allgemeineren Zusammenhänge, Beziehungen, Gesetzmäßigkeiten, Strukturen, Widersprüche, Handlungsmöglichkeiten sich</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. an dem Inhalt/ den Inhalten und 2. an der medialen Umsetzung erarbeiten lassen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zyklus der Produktion • Materialien für die Herstellung von Kleidung • Geschichte der Kleidung • Recycling <ul style="list-style-type: none"> ▪ teurer Weiterverkauf von Altkleidern - ist das wirklich nachhaltig?
<p>Bezug zum Perspektivrahmen Sachunterricht</p> <p><i>Hier wird beschrieben, welche Themenbereiche durch die Lernumgebung angesprochen bzw. welche Denk-, Arbeits- und Handlungsweisen durch sie gefördert werden.</i></p>	<p>Perspektivrahmen</p> <ul style="list-style-type: none"> • DAH SOWI 4: Ökonomische Entscheidungen begründen <ul style="list-style-type: none"> ○ z.B. Konsumententscheidungen • DAH SOWI 6: Gesellschaftsbezogene Handlungen planen und nutzen <ul style="list-style-type: none"> ○ Handlungspläne in reale Handlungen umsetzen • TB GEO 2: Menschen nutzen, gestalten, belasten, gefährden und schützen Räume <ul style="list-style-type: none"> ○ mögliche Umgangsformen mit den Naturgrundlagen wahrnehmen, erkennen und die Bedeutung eines nachhaltigen Umgangs mit Naturgrundlagen verstehen (z.B. [...] bei Konsumententscheidungen) <p>Bildungsplan Sachunterricht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jahrgang 3/4: Wirtschaft, Konsum und Werbung <ul style="list-style-type: none"> ○ Kriterien für verantwortliches Konsumverhalten ○ Abwägung zwischen Nutzen und Kriterien der Nachhaltigkeit ○ Konsumverhalten und Werbung. Modetrends und Markendruck.
<p>Differenzierung</p> <p><i>Hier wird beschrieben, wie und warum in der Lernumgebung differenziert wird (z.B. hinsichtlich des Anforderungsniveaus der Auseinandersetzung, hinsichtlich des Umfangs oder des Zugangs).</i></p>	<p>Binnendifferenzierung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • differente mediale Gestaltungen (z.B. bildliche Darstellungen) • Differenzierte Aufgabenstellungen um das Anforderungsniveau an die SuS anzupassen • Hilfestellungen bzw. Tipps • Glossar (Wortspeicher) • Vorgabe von Satzanfängen • Videos zur weiteren Vertiefung • Marketing: definitorische Annäherung erfolgt auditiv und visuell