

Ein Schaufenster für eine ethische Modeindustrie

Connie Ulasewicz, Lehrassistentin, Apparel Design & Merchandising, San Francisco State University, USA, Educators for socially responsible apparel Business (ESRAB), PeoplewearSF and Fashion group International cbu@sfsu.edu

1. Stufe	O-St., C/U
2. Erforderliche Vorkenntnisse der LehrerInnen	C. Einiges Fachwissen erforderlich
3. Erforderliche Vorkenntnisse der SchülerInnen	D. Fachwissen Erforderlich: Farbe und Design
4. Anzahl der SchülerInnen	12-100
5. Zeiterfordernis	Semester
6. Art der Aktivität	Aufgaben und Kurzdarstellungen, Gruppenarbeit, Projektideen, Praxis
7. Fach	Marketing
8. Behandelte Themen	Von SchülerInnen/ LehrerInnen definiert

LERNZIELE/ LERNERGEBNISSE

- Entwicklung von Fertigkeiten im Design und Gestaltung von Schaufenstern unter Verwendung unterschiedlicher Materialien, Requisiten und Modellpuppen
- Anwendung bestimmter Prinzipien im Design von Werbefenster, Beschilderung [signage] sowie Schaufensteranalyse und -entwicklung
- Werbung an Bildungseinrichtungen und in der Öffentlichkeit kritisch beurteilen
- Ein Schaufenster zu entwerfen, das [nicht offensichtlich] ein ethisches Thema in Bezug auf soziale Verantwortung in unserer Modeindustrie transportiert.
 - Beispiel: Verständnis und Bewusstsein um die Arbeitsbedingungen der Beschäftigten in der Bekleidungsindustrie zu wecken, darunter die Praxis in der Landwirtschaft, im Färben und Drucken, bei Schnitt und Nähen, Endbearbeitung und Verpackung.
 - Beispiel: Verständnis und Bewusstsein um die ethischen Fragen bezüglich Überkonsum und Verschwendung zu wecken.
- Verbal und bildhaft ein Design für die visuelle Darstellung zu erklären und Anregungen entgegenzunehmen

Schaufenster gelten im Handel als stummes Verkaufspersonal. Sie werden mit Ware der Saison gestaltet, mit dem Hauptziel, die PassantInnen zum Eintreten, Schauen und Kaufen zu bewegen. Im Unterricht über *Visual Merchandising* oder Vermarktung lernen die SchülerInnen traditionellerweise, Schaufenster unter Verwendung von Elementen und Prinzipien des Designs zu entwerfen, die zum Kauf anregen.

Im Zentrum dieser Aufgabe steht der Entwurf von Schaufenstern mit dem Hauptziel, die PassantInnen zum Stehen bleiben und Nachdenken über einen Aspekt ethischer Modeschöpfung zu motivieren. Der Entwurf erfordert dieselben Planungs- und Ausführungsmethoden. Die Beschilderung ist aber entscheidender, weil die BetrachterInnen anfänglich mehr Anleitung brauchen, ein Konzept wie ethische Mode zu erfassen, als um zu erkennen, ob er/sie die Farbe, Stil oder Form eines Kleidungsstückes in der Auslage mag. Unbequeme Dinge liest man schwer, dynamische Auslagen können aber das Bewusstsein und Verständnis wecken und uns so zu intelligenteren Verkäufen motivieren. Die SchülerInnen erfassen aber auch das Zusammenspiel der Designprinzipien, da sie Auslagen entwerfen, die den BetrachterInnen subtil näher bringen, wie soziale Verantwortung und ethische Fragen die Modeindustrie wie ein roter Faden durchziehen.

In der Semesterklasse haben alle SchülerInnen dieselben Lernziele (siehe unten). In Zweiergruppen werden die Auslagen jedoch individuell gestaltet. Am Semesterende haben die 6, 12 oder 20 entworfenen Schaufenster sowohl die SchülerInnen als auch die PassantInnen mental, emotional und kreativ verändert.

ZUR VERFÜGUNG GESTELLTES MATERIAL

1. Genügend Raum zur Gestaltung der Auslage in der Schule, Bücherei, im Buchgeschäft oder in lokalen Geschäften.
2. Der Großteil des Materials zur tatsächlichen Gestaltung wird von den SchülerInnen gefunden, geliehen und/ oder selbst hergestellt.
3. Der Zugang zu einem Computerraum ist hilfreich, um eine wirkungsvolle Beschilderung zu ermöglichen.

ANLEITUNG FÜR DIE SCHÜLERINNEN

- a. Zentrales Thema aller Auslagen ist die Werbung und Stützung von Aktivitäten und Ereignissen in Bezug auf eine sozial verantwortliche Modeindustrie, insbesondere Themen wie Gleichbehandlung, Diversität, soziale Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit.
- b. Die SchülerInnen bilden Zweiergruppen für die Recherche, das Design und die Ausführung des Schaufensters.
- c. Eine detaillierte Skizze und Materialliste wird eine Woche vor der Installation in einer 10-minütigen Präsentation der Klasse vorgestellt.
- d. Die Schaufenster bleiben eine Woche installiert, wobei die SchülerInnen für die Fotos, Beschilderung und Waren über den gesamten Zeitraum von Erstellung bis zum Abbau verantwortlich sind. Jedes Zweierteam ist für die Entfernung und rechtzeitige Säuberung für die nachfolgende Installation verantwortlich.
- e. Die Schaufenster müssen während der gesamten Woche kontrolliert werden. Als Lernaktivität können die SchülerInnen in der gesamten Ausstellungszeit Veränderungen und Anpassungen vornehmen.
- f. Jede/r SchülerIn füllt einen Beurteilungsbogen aus. Dieser muss nach der Installation abgegeben werden, da er dem/der LehrerIn als Grundlage zum Verständnis und zur Beurteilung der Auslage dient.
- g. Die SchülerInnen werden ermuntert, sich genügend Zeit zu nehmen, um ihre Auslage gut zu fotografieren.

Beurteilungskriterien des Schaufensters

Beantworte die folgenden Fragen ausführlich auf einem Extrablatt:

	Mögliche Punkteanzahl
1. Welches Thema hat das Schaufenster? Wie erkennt es der/die BetrachterIn?	15
2. Wirksamkeit des Schaufensters (Rhythmus, Balance, Gewichtung, Proportion, Harmonie/ Einheit). Erkläre auf welche Wirkung du gesetzt hast und wie. Selbstbewertung.	25
3. Kreativität/ Aufmerksamkeit – ist es ein Blickfang, bleiben die Leute stehen und schauen? Beschreibe und bewerte den kreativsten Teil.	15
4. Verwendung von Requisiten und Materialien: Sind sie effektiv, stellen sie die Ware in den Schatten? Sind die Materialien sauber, gedrängt, wartungsintensiv?	20
5. Skizze des Schaufensters und Materialliste – angeheftet an dieses Blatt.	10
6. Was hat dich zu diesem Thema angeregt?	5
7. Selbstbeurteilung – Worin bestand deine Arbeit für das Schaufenster? Beschreibe, wie der kreative Prozess für dich funktioniert hat. War es herausfordernd, reibungsfrei, anregend? Was wirst du nächstes Mal anders machen?	10
	Gesamtzahl: 100

Feedback der Studierenden

- „Das ist schwieriger, als ich gedacht hatte. Es war schwierig eine Idee zu wählen, weil es so viele ethische Themen gibt.“
- „Das hat großen Spaß gemacht. Wir haben eine Menge Kommentare von den Leuten bekommen, als wir unser Schaufenster über Hanf installiert haben. Sie kriegen immer noch nicht mit, dass du nicht high wirst, wenn du ihn trägst.“
- Meine Chefin war sehr interessiert an den Statistiken, die ich über die Denim-Produktion in China gefunden habe. Sie will, dass ich ein Schaufenster in unserem Geschäft gestalte.“

Diese Aktivität hat das Bewusstsein an unserer Universität erhöht, wie wichtig es ist, unsere Aufgabe wahrzunehmen und soziale Gerechtigkeit als Teil des Lehrplanes zu unterrichten. Die Betrachtung der Schaufenster ist nicht immer angenehm, weil die ausgewählten Themen sehr kontroversiell sein können. Das Ziel, die PassantInnen zum Stehenbleiben und Nachdenken zu motivieren und Näheres über ethische Modeschöpfung zu erfahren, wird erreicht.