

Name:
Klasse/Jahrgang:

Kompensationsprüfung zur
standardisierten kompetenzorientierten
schriftlichen Reifeprüfung/ Reife- und Diplomprüfung

Juni 2016

Deutsch

Kompensationsprüfung 3

Angabe für **Kandidatinnen/Kandidaten**

Hinweise zur Kompensationsprüfung für Kandidatinnen/Kandidaten

Sehr geehrte Kandidatin, sehr geehrter Kandidat!

Die vorliegende Kompensationsprüfung enthält eine Aufgabe, die in fünf Arbeitsaufträge untergliedert ist. Alle Arbeitsaufträge sind anhand der Textbeilage zu bearbeiten und bilden die beiden Anforderungsbereiche *Reproduktion*, *Reorganisation und Transfer* sowie *Reflexion und Problemlösung* ab. Beim fünften Arbeitsauftrag handelt es sich um einen monologischen Sprechauftrag.

Die Vorbereitungszeit beträgt mindestens 30 Minuten, die Prüfungszeit maximal 25 Minuten.

Für eine positive Beurteilung der mündlichen Kompensationsprüfung müssen die Anforderungen in den wesentlichen Bereichen überwiegend erfüllt sein.

Für die Gesamtbeurteilung werden sowohl die im Rahmen der Kompensationsprüfung erbrachten Leistungen als auch das Ergebnis der Klausurarbeit herangezogen. Über die Gesamtbeurteilung entscheidet die Prüfungskommission.

Viel Erfolg!

Thema: Nachhaltiger Kleidungskauf

Situation: Im Rahmen eines fächerübergreifenden Projekts zum Thema *Nachhaltigkeit* richten Sie einen YouTube-Channel für Beiträge der Projektteilnehmer/innen ein. Sie gestalten dafür einen Redebeitrag zum Thema *Nachhaltiger Kleidungskauf*, dem der Kommentar *Noch funktioniert Greenwashing ...* zugrunde liegt.

Lesen Sie den Kommentar *Noch funktioniert Greenwashing ...* von Doris Kittler aus der Online-Ausgabe der Wiener Straßenzeitung *Augustin* vom 26. Mai 2015 (Textbeilage 1). **Bearbeiten Sie** anschließend die folgenden Arbeitsaufträge:

Arbeitsaufträge		Anforderungsbereiche
1.	Geben Sie den Inhalt des Kommentars kurz wieder .	Anforderungsbereich 1 <i>Reproduktion, Reorganisation und Transfer</i>
2.	Erklären Sie mithilfe der Textbeilage die Begriffe – „Greenwashing“, – „Fast Fashion“.	Anforderungsbereich 1 <i>Reproduktion, Reorganisation und Transfer</i>
3.	Erschließen Sie den Standpunkt der Autorin, indem Sie sprachliche und inhaltliche Kriterien heranziehen.	Anforderungsbereich 1 <i>Reproduktion, Reorganisation und Transfer</i>
4.	Kommentieren Sie die Idee der „Shopping-Diät“ (Z. 128) von Nunu Kaller.	Anforderungsbereich 2 <i>Reflexion und Problemlösung</i>
5.	Sie nehmen nun Ihren Redebeitrag zum Thema <i>Nachhaltiger Kleidungskauf</i> für den YouTube-Channel auf. Darin – erklären Sie die Vorteile von bewusstem und nachhaltigem Kleidungskauf, – diskutieren Sie Probleme, die in diesem Zusammenhang entstehen können, – appellieren Sie im Sinne Ihrer Argumentation an Ihr Publikum.	Anforderungsbereiche 1 und 2 <i>Reproduktion, Reorganisation und Transfer; Reflexion und Problemlösung</i> Prüfungszeit: max. 5 Minuten (mind. 3 Minuten)

Noch funktioniert Greenwashing ...

Ein Tag des Misstrauens gegen die Mode-Ketten

[...]

Von Doris Kittler

Ob ich nun unverbesserliches Fashion-Victim bin oder ob ich es hasse, Textilläden zu betreten, um mich neu einzukleiden, eines steht jedenfalls fest: Ein solcher Einkauf ist mehr als bloß ein schnelles Business, das sich zwischen mir und einer Kassa abspielt. Zumeist reihe ich mich in eine lange Kette an komplexen Geschäftsverflechtungen, Transporten, Weiterverarbeitungen, Weitertransporten, Zwischenverkäufen und nicht zuletzt an Ausbeutung von Mensch, Tier und Umweltressourcen ein. Wer von uns ist sich schon dessen bewusst, wie viele tausende Kilometer die meisten Kleidungsstücke quer über den Erdball zurücklegen, bevor sie uns erreichen? Wer stellt sich in dieser Sekunde die Frage, ob die Hersteller_innen des Kleidungsstückes hungern mussten, ob sie durch die Chemikalien krank wurden oder unter sonstigen schrecklichen Arbeitsbedingungen leiden mussten? Die sechsfache Menge dessen, was wir weltweit in einem Jahr an Textilien kaufen, lagert gerade irgendwo auf der Welt und wird sehr bald, nachdem die Kleidung nicht an die Kund-

schaft gebracht werden konnte, wieder in die Herstellungsländer geschickt, um dort sogleich wieder vernichtet, meist verbrannt zu werden. Wer begreift diesen menschlichen, ökologischen und schließlich auch ökonomischen Wahnsinn?

Natürlich ist es einfacher, gängigen PR-Kampagnen großer Modeketten zu vertrauen, die in letzter Zeit immer prominenter für „faire“ und „umweltbewusste“ Spezialkollektionen werben. Oft handelt es sich hierbei jedoch nur um so genannte Greenwashing-Aktionen: Ein Unternehmen baut sich ein verantwortungsbewusstes Bio-Image, ohne nachweislich gewissenhaft und ökologisch zu arbeiten. Leider funktioniert dies, ähnlich dem herkömmlichen Modemarkt, hervorragend: Das Gros der Bevölkerung kauft und kauft und kauft. 14 (!) Kollektionen pro Jahr sind zurzeit durchaus gängig. Will ich also en vogue sein, müsste ich so etwa alle zwei bis drei Wochen shoppen gehen, um eine hippe Fashionista zu sein. „Fast Fashion“ wird immer mehr zur täglichen Normalität. Gleichzeitig betrachten jedoch auch immer mehr Menschen genau dieses

sich ständig und rasant ändernde Modediktat schlicht als Stress.

Nach Slow Food nun auch Slow Fashion?

Auf „Slow Food“ folgt also „Slow Fashion“? Eine Reihe von Aktionen und Vorbildern zeigen in jüngerer Zeit die zarten Blüten eines solchen Trends, der mittelfristig sicher nicht zu stoppen ist. Wenn man bedenkt, wie befremdet, ja geschockt die Gesellschaft noch vor einigen Jahren auf den Satz „Ich lebe vegan!“ reagierte, hätte man sich kaum vorstellen können, dass Veganismus recht plötzlich zum Massenphänomen wird.

In Zeiten des Turbokapitalismus, wo durch Überforderung, durch Geschwindigkeit in vielen Lebensbereichen Krankheiten wie Burnout immer schneller um sich greifen, ist die Übersättigung und Müdigkeit der Leute logische Folge. „Es betrifft alle Lebensbereiche, es betrifft Normen, Wertvorstellungen, Einstellungen: Die ändern sich nicht so schnell, von heute auf morgen. Das braucht Zeit“, so Nicole Kornherr, Aktivistin und Initiatorin der Internet-Plattform „Die Sicher-

heitsnadel“, einem Guide für 110 Wiener Fairtrade- und Biomo-
de-Initiativen bzw. -geschäfte.
„Eine Welt ohne Kapitalismus
zu denken ist sehr schwer, weil
man sich einfach nicht vorstel- 115
len kann, nicht ständig zu shop-
pen. Die Leute brauchen Vor-
bilder. Das heißt, einige wenige
Leute müssen anfangen.“ Eine
davon ist Nunu Kaller, die mit 120
ihrem „ichkaufnix“-Modeblog
im letzten Jahr für ziemlichen
medialen Wirbel gesorgt hat
und so viel Erfolg mit ihrem
bewussten Kaufstopp hatte, 125
dass sie sogar ein Buch darü-
ber publizierte: „Ich kauf nix! –
Wie ich durch Shopping-Diät
glücklich wurde“.

Als sie mit ihren 34 Röcken den 130
Überblick verliert, beschließt
sie, ein Jahr lang keine Kleidung
mehr zu kaufen. Sie beschreibt

ihre Beobachtungen an sich
selbst, sie sieht sich nach Al- 135
ternativen um, wie sie an neues
Gewand kommen kann, etwa
durch Selbernähen oder bei
Tauschpartys. Die Effekte sind
vielschichtig: Man lebt fair zu 140
Mensch, Tier und Natur UND
man wird kreativ, tendiert na-
turgemäß zu einem individuel-
leren Style. [...]

Transparenz bis ins letzte Detail! 145

Auch in Wien kam es am „Fa-
shion Revolution Day“ zu di-
versen Veranstaltungen, um
den Fair-Fashion-Kauf einfa-
cher und be-greifbarer zu ma- 150
chen. Der US-Dokumentarfilm
„Traceable“ (zurückverfolgbar)
etwa untersucht das Gewissen
der Modebranche während des
Produktionsprozesses aus der 155
Perspektive einer Modedesi-

gnerin. Eine Kanadierin geht
nach Indien und arbeitet di-
rekt mit den Erzeuger_innen,
die drucken, färben und nähen. 160
Dabei schafft sie es, aus alten
indischen Traditionen ihren
Stil zu entwickeln und dabei die
Handwerker_innen, ihre Talen-
te und ihr Wissen einzubezie- 165
hen. „Ist das wirklich Luxus,
wenn die Leute, die das produ-
zieren, nichts zu essen und zu
trinken haben?“ ist eine Frage,
die der Film stellt. Er fordert 170
Transparenz bis ins letzte De-
tail. Dabei ist eine wesentliche
Idee, an jedes Kleidungsstück
einen Barcode anzubringen, an-
hand dessen man jeden einzel- 175
nen Produktionsschritt nach-
vollziehen kann, was mit Hilfe
neuer Technologien [...] the-
oretisch leicht möglich wäre.
[...] ■ 180

Quelle: <http://www.augustin.or.at/zeitung/tun-und-lassen/noch-funktioniert-greenwashing.html> [15.04.2016].

INFOBOX

„Der Augustin wurde 1995 [...] gegründet. Der Verkauf der Straßenzeitungen hilft Menschen, die aus verschiedenen Gründen vom Arbeitsmarkt ausgeschlossen sind (Obdachlosen, Langzeitarbeitslosen, AsylbewerberInnen u. a.), ihre Not zu lindern. [...]“

Quelle: <http://www.augustin.or.at/ueber-uns/die-idee.html> [15.04.2016].

Fashion-Victim: Person, die stets nach der aktuellen Mode gekleidet sein will

en vogue: aktuell, modern

Fashionista: sehr modebewusster Mensch

Slow Food: genussvoll und bewusst verzehrtes Essen, das aus nachhaltig und regional produzierten Lebensmitteln hergestellt wird