

Verbruikerstudies

KLASTEKS & STUDIEGIDS

Maralyn Burger, Elmarie Augustyn & Anneke du Plessis

GRAAD

12

KABV

3-in-1



THE
ANSWER
SERIES *Your Key to Exam Success*

Graad 12 **Verbruikerstudies** 3-in-1 KABV

KLASTEKS & STUDIEGIDS

Hierdie Graad 12 Verbruikerstudies 3-in-1 studiegids is 'n betroubare, maklik-om-te-volg studiehulpmiddel vir elke leerder wat hierdie vak neem.

Dit bevat deeglik nagevorste notas, duidelike illustrasies, studiewenke, oefeninge en eksamenvraestelle.

Die kolpuntnotas, relevante diagramme en logiese uitleg dra by tot begrip en toeganklikheid van die kurrikuluminhoud.

Sleutelkenmerke:

- Omvattende notas en wenke
- Vrae en antwoorde per onderwerp
- Eksamenvraestel en -memo

Hierdie studiegids voorsien die totale pakket wat 'n leerder benodig om in hierdie vak uit te blink.

GRAAD

12

KABV

3-in-1

Verbruikerstudies

Maralyn Burger, Elmarie Augustyn & Anneke du Plessis

HIERDIE KLASTEKS & STUDIEGIDS SLUIT IN

- 1 Notas per Onderwerp
- 2 Vrae per Onderwerp
- 3 Gedetailleerde Antwoorde

Plus 'n model-eksamenvraestel en -memo

E-boek
besikbaar 



INHOUDSOPGAWE

Wat is Verbruikerstudies? i

Assessering in Graad 12..... i

ONDERWERP 1: ENTREPRENEURSKAP 1

Eenheid 1: Beweeg van 'n idee na die vervaardiging en bemarking van 'n produk..... 1

Eenheid 2: Keuse van produk vir kleinskaalproduksie4

Eenheid 3: Faktore wat doeltreffende produksie beïnvloed.....7

Eenheid 4: Vereistes vir gehalte produkte9

Eenheid 5: Ontwikkel 'n bemarkingsplan volgens die 5P-bemarkingstrategie..... 13

Eenheid 6: Volhoubare winsgewendheid van 'n besigheid..... 17

Vrae 20

ONDERWERP 2: KLEDING..... 22

Eenheid 1: Mode..... 22

Eenheid 2: Voorkoms in die werkplek..... 27

Eenheid 3: Verbruikerskwessies aangaande kleding en tekstiele..... 31

Vrae 34

ONDERWERP 3: VOEDSEL EN VOEDING 39

Eenheid 1: Voeding- en voedselverwante gesondheidstoestande 40

Eenheid 2: Voedseloordraagbare siektes..... 60

Eenheid 3: Voedselbymiddels 68

Eenheid 4: Voedsel etikettering 74

Eenheid 5: Voedselverwante verbruikerskwessies..... 77

Vrae 83

ONDERWERP 4: BEHUISING EN INTERIEUR..... 95

Eenheid 1: Verskillende opsies om behuising te bekom 95

Eenheid 2: Finansiering verbonde aan huiskoop..... 101

Eenheid 3: Aankoop van huishoudelike toestelle 106

Vrae 116

ONDERWERP 5: DIE VERBRUIKER..... 127

Eenheid 1: Finansiële en kontraktuele aspekte waarvan verbruikers kennis moet neem 127

Eenheid 2: Belastinge, rentekoerse en inflasie 135

Eenheid 3: Volhoubare verbruik van elektrisiteit..... 140

Eenheid 4: Volhoubare verbruik van water 145

Eenheid 5: Munisipale dienste 147

Vrae 148

Antwoorde

Onderwerp 1 156

Onderwerp 2 157

Onderwerp 3 161

Onderwerp 4 168

Onderwerp 5 176

Eksamenvraestel & -memo

Eksamenvraestel..... 183

Eksamenmemo 189

2: KLEDING

OORSIG

EENHEID 1

Mode 22

EENHEID 2

Voorkoms in die werkplek 27

EENHEID 3

Verbruikerskwessies aangaande kleding en tekstiele 31



EENHEID 1

MODE

DIE KONSEP VAN MODE

Mode

- ▶ Mode is 'n spesifieke klerestyl wat deur 'n spesifieke groep mense (bv. ouderdomsgroep) op 'n gegewe tyd en plek (land of streek) aanvaar en gedra word.
- ▶ Ons word blootgestel aan mode-idees deur middel van die media soos advertensies, musiek, video's en fliks deurdat dit wys wat ons moet dra.

Modestyl

- ▶ Modestyle is verskille of toevoegings wat eenderse produkte van mekaar onderskei.
- ▶ Dit is gewoonlik lyne wat die een vorm van die ander onderskei, bv. 'n A-lyn romp, geplooië romp en nousluitende romp het elkeen 'n ander styl alhoewel dit almal rompe is.



A-lyn rok



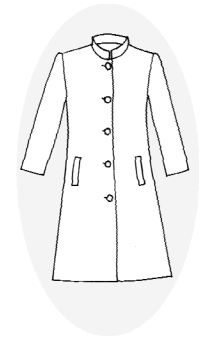
Neo-klassieke styl rok



Geplooië romp



Nousluitende romp



Mandarynkraag

Silhoeët

- ▶ Dit is die buitelyne van jou liggaam of 'n kledingstuk wat jy op 'n afstand kan waarneem, nog voordat jy die detail van die styl kan opmerk.
- ▶ Daar is drie basiese silhoeëtte: die silinder, die driehoek en die klok.

Modeneiging

- ▶ Mode verander altyd in die rigting van 'n neiging.
- ▶ Dit is die algemene rigting waarin 'n modestyl beweeg, bv. lengte van die roksoom, of die vorm van die halslyn/middellyn of lengte van mou.

Kontemporêre mode/standaardmode

- ▶ Dit is style wat tans deur baie mense aanvaar en gedra word.
- ▶ Dit word in grootmaat vervaardig en in meeste kledingwinkels teen billike pryse, wat bekostigbaar is, verkoop.
- ▶ Hierdie style bly gewoonlik vir 2 tot 3 jaar in die mode.

Haute couture/hoogmode

- ▶ Dit is nuwe, unieke en eksklusiewe style wat deur modeontwerpers geskep word.
- ▶ Dit is gewoonlik baie duur, as gevolg van die beperkte hoeveelheid kledingstukke wat vervaardig word en die uitstekende kwaliteit tekstiele en afwerkings wat gebruik word.
- ▶ Die hoë prys maak dat slegs baie ryk mense en 'n paar mode-leiers dit kan bekostig.
- ▶ *Haute couture* style sal slegs suksesvol wees as dit deur modeleiers en die publiek aanvaar word.



Modegril/gier

- ▶ Dit is 'n mode wat relatief vinnig deur 'n relatief klein groepie verbruikers aanvaar en gedra word.
- ▶ Die modeartikels raak vinnig gewild, maar verdwyn net so gou weer.
- ▶ Modegrille hou gewoonlik net vir een seisoen.
- ▶ Redes vir die kort lewensduur is: te uitspatig, te buitengewoon, of die produk is gewoonlik swak ontwerp.
- ▶ Voorbeelde van modegrille sluit in: platformskoene, plastieskoene, kunsvloer as juweliersware en die dra van handskoene.



Klassieke style/mode

- ▶ Klassieke style is tydloos en bly as gevolg van hul eenvoud in die mode.
- ▶ Dit bly oor 'n lang periode gewild en is dus 'n goeie belegging.
- ▶ Dit word altyd as goeie smaak beskou en is gewoonlik van goeie kwaliteit.
- ▶ Voorbeelde sluit in: denimbroek/jean, langbroeke met reguit pype, effekleurige T-hemde, knoophemde, snyerspakkies en knooptruië.



2 INVLOEDE WAT KONTEMPORÊRE MODE BEPAAL

Voor die 1800's kon slegs ryk mense modieus aantrek omdat kleren net te duur was. Ná die Industriële Revolusie kon meer mense modieus aantrek aangesien kleren in grootmaat vervaardig is en dit teen bekostigbare pryse beskikbaar gestel is.

Vandag is die grootste invloed in die modebedryf die volgende:

Internasionale modevertonings

- ▶ Ontwerpers stel hul mode-idees twee keer per jaar (somer en winter), deur modevertonings, aan hul kliënte bekend.

Bekendes/ikone wie se styl nagevolg word

- ▶ Akteurs, sportsterre, sangers, koninklikes en ander bekendes word dopgehou en hul klerestyl word nageboots.
- ▶ Die klerestyl word in grootmaat vervaardig sodat die gewone mens dit ook kan dra.

Inspirasie uit modes van vorige eras

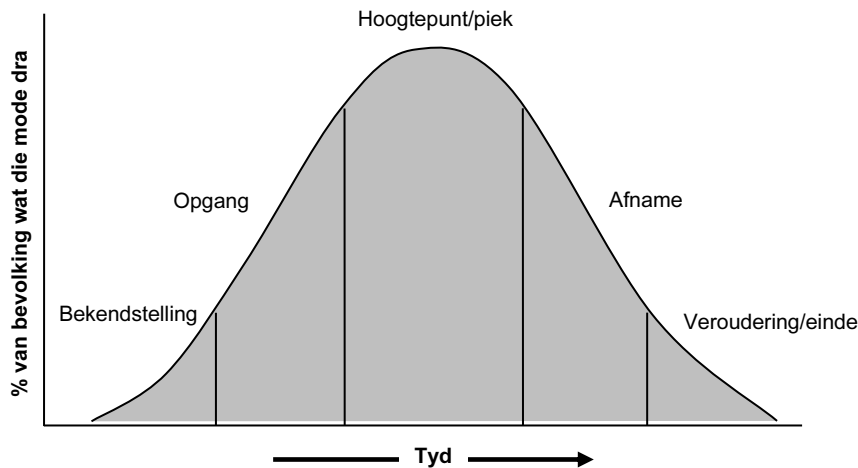
- ▶ Ontwerpers gebruik klerestyl uit vorige eras vir inspirasie.

era = tydperk



Modesiklusse

- ▶ 'n Modesiklus verwys na die lewensiklus van 'n styl of modeneiging - vandat dit bekendgestel word totdat dit verouder het. Modes kom en gaan in golwe en kan op 'n grafiek voorgestel word.



'n Modesiklus bestaan uit **5 fases**:

1 Bekendstelling

- ▶ 'n Nuwe mode word vir die eerste maal deur modeontwerpers en modehuise aan die mark bekendgestel. Dit word op loopplanke tydens internasionale modeskoue vertoon.
- ▶ Bekende persoonlikhede wat die neiging dra, word gefotografeer.
- ▶ Die mode word deur die mode-leiers aanvaar of verwerp.
- ▶ Dit is baie duur weens die aanvanklike hoë produksiekoste en risiko's wat ontwerpers neem dat die produk nie gaan verkoop nie.
- ▶ Dit is nog nie in winkels beskikbaar nie, gewoonlik slegs in eksklusiewe boetieks en by die ontwerper self.

2 Opgang

- ▶ Meer mense aanvaar die mode en koop dit.
- ▶ Gewildheid neem toe.
- ▶ Mode-items word op groter skaal vervaardig; dit het laer pryse tot gevolg.
- ▶ Klerewinkels adverteer die mode in tydskrifte, koerante en in hul vensteruitstallings.

3 Hoogtepunt/peik

- ▶ Die mode bereik sy toppunt van gewildheid en baie mense dra dit.
- ▶ Massaproduksie vind plaas en dit is in die meeste winkels teen bekostigbare pryse beskikbaar.

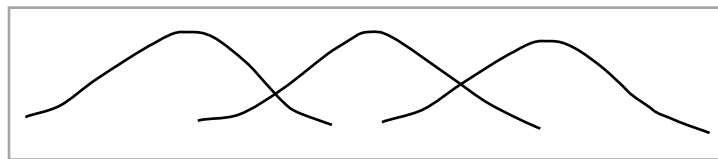
4 Afname

- ▶ Mense raak verveeld met die mode en begin vir iets nuuts rondkyk.
- ▶ Minder mense dra dit en die mode raak minder gewild.
- ▶ Om van voorraad ontslae te raak, word dit in winkels op uitverkopings geplaas.
- ▶ 'n Nuwe mode word nou bekendgestel.

5 Veroudering/einde

- ▶ Die modesiklus is nou voltooi.
- ▶ Kleren raak uit die mode en min mense dra dit nog.
- ▶ Dit word teen lae pryse op uitverkopings verkoop.
- ▶ Die ou mode sterf uit en verdwyn.
- ▶ Die nuwe mode is reeds gevestig.

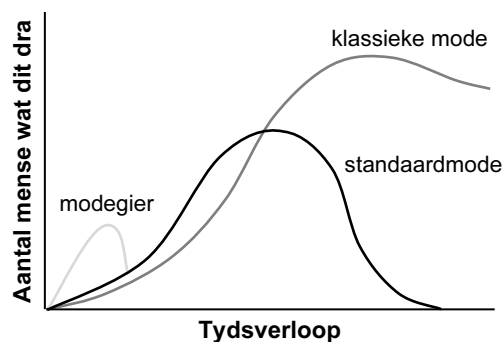
- ▶ Die styging van een modegolf oorvleuel met die daling van 'n vorige modegolf. Wanneer die een modegolf begin verdwyn, het die volgende modegolf reeds begin.
- ▶ Verskillende modesiklusse oorvleuel mekaar soos volg:



Oorvleuelende golwe van modesiklusse

Modegrille, klassieke en standaardmodes

- ▶ Die tyd wat 'n modesiklus duur, van begin tot einde, sal wissel, bv.:
 - ▶ **Modegril:** het 'n baie kort siklus, gewoonlik net 'n jaar (een seisoen); raak vinnig gewild en verdwyn net so vinnig
 - ▶ **Klassieke styl/mode:** bly vir lang tye in die mode; dikwels tydloos; geskik vir meeste mense
 - ▶ **Standaardmode:** bly gewoonlik vir 2 tot 3 jaar in die mode



Mode-oplewing: retrospektiewe/retro/klassieke modes

- ▶ Mode-oplewings vind plaas as ontwerpers na klere uit vorige eras vir inspirasie kyk.
- ▶ **Retrospektiewe modes** verwys na klere wat **style** uit vorige eras naboots.
- ▶ Dit is nie 'n antieke of outydse kledingstuk nie, maar is slegs 'n getroue weergawe van 'n ouer kledingstuk.

- ▶ Dit is 'n herinterpretasie van 'n voormalige mode, met 'n moderne inslag.
- ▶ Die herhalings is nooit presies dieselfde as die vorige modes nie.
- ▶ Soms word net 'n silhoeët/vorm van 'n mou/kraag of versierings soos borduurwerk/kralewerk herhaal.
- ▶ Aanpassings word altyd gemaak om by die behoeftes en lewenstyl van die huidige era te pas.
- ▶ Daar is ook 'n herlewing in die dra van antieke ('vintage') klere.
- ▶ Sommige mense koop klere by antieke boetieks omdat hulle voel dit is 'n manier om omgewingsvriendelik te leef.

'n Vintage styl is 'n styl uit die verlede wat onveranderd gebruik word.



Die hergebruik of herwinning van klere beskerm ons natuurlike hulpbronne en help om geld te spaar. Meer hieroor op bl. 32.



Hoekom modes verander

- ▶ Die hoofrede hoekom modes verander, is dat verbruikers vinnig verveeld met modes raak en dan iets nuuts soek.

Nuwe modes hou die modebedryf aan die gang en skep baie werksgeleenthede wat weer goed vir die ekonomie is.



Modes word hoofsaaklik deur die volgende beïnvloed:

Ekonomiese faktore

- ▶ Faktore soos ekonomiese resessies, depressies en inflasie, rykdom en armoede kan modeveranderinge versnel of vertraag.
- ▶ Mode floreer in gemeenskappe waar verbruikers baie geld het om op klere te spandeer.
- ▶ Wanneer verbruikers se inkomste hoog is of verbruikerskredietfasiliteite (kredietkaarte) toeneem, is mense geneig om meer te koop en modes verander vinniger.
- ▶ In arm gemeenskappe vind feitlik geen modeveranderinge plaas nie.

Sosiale faktore

- ▶ Bekende persoonlikhede of belangrike persone beïnvloed mode omdat verbruikers daarvan hou om dieselfde as hulle te dra.
- ▶ Verskillende marksegmente dring aan op verskillende modes, bv. klere vir die jeug, bejaardes, fisies gestremde mans en vroue, etniese en godsdienstige groepe.
- ▶ Geografiese lewenspatrone is 'n belangrike sosiale faktor. Mense wat in stede bly, is blootgestel aan mode en sal nuwe modes koop, terwyl mense wat in plattelandse gebiede bly nie so gereeld klere koop nie.
- ▶ Demografie het 'n invloed op die beskikbaarheid van modes. Mense in die stede word meer blootgestel aan modes as dié in die platteland.
- ▶ 'n Hoë opvoedingsvlak beïnvloed modeverandering positief omdat opgevoede mense dikwels tot meer hulpbronne, wat hulle van nuwe modes bewus maak, toegang het.
- ▶ Kruiskulturele kontak en subkulturele groepe stel nuwe modes aan mekaar bekend.
- ▶ Kulturele feeste kan besoekers aan nuwe modes by hierdie geleenthede blootstel.



Verhoogde mobiliteit van mense het die mark vir gemaklike klere, waarin mense kan ontspan, verbreed. Mense reis meer en word aan meer kulture en neigings blootgestel en ontwikkel dus 'n behoefte aan verskillende klere-items.

Tegnologiese faktore

- ▶ Die ontwikkeling van **sintetiese vesels**; nuwe afwerkingsprosesse; die verbetering van materiaal eienskappe en nuwe produksiemetodes lei tot voortdurende veranderinge in die modebedryf.



Voorbeelde van vordering in tekstieltegnologie sluit die ontwerp van rekbare materiale (bv. spandeks), kreukelvrye en drupdroog materiale in.

- ▶ Die klerevervaardigingsindustrie is meestal **gemeganiseerd** (masjiene doen meeste van die werk) en is tot 'n sekere mate gerekenariseerd (bv. rekenaarpatroonontwerp).
- ▶ Daar is ook **verbeterde industriële naaldwerk- en breimasjiene**.
 - ▶ Hierdie verbeterde klerevervaardigingsmetodes verseker dat meer klere geproduseer kan word en die koste van die mode-items afneem.

- ▶ **Massamedia** soos televisie, radio, koerante, tydskrifte en die internet versprei modenuus vinnig na 'n wye verskeidenheid mense, wat 'n verhoogde vraag na die mode tot gevolg het.
- ▶ **Bemarking** (reklame) se doel is om verbruikers te beïnvloed om die belangrikheid van mode en modeveranderinge te aanvaar sodat vervaardigers se omset toeneem. Dit verseker ook dat verbruikers op hoogte van die nuutste inligting bly.
- ▶ **Verbale kommunikasie** oor die nuutste neigings onder portuurgroepe moedig modeveranderinge aan.

Politieke en geregtelike faktore

- ▶ Faktore soos wette en handelsbande tussen lande kan modeveranderinge beperk of bevorder.
 - ▶ In lande waar daar streng wetgewing in verband met kleredrag is, bv. in Midde-Oosterse lande, waar vroue net sekere kledingstukke in die openbaar mag dra, word modeveranderinge beperk.
 - ▶ Lande wat goeie handelsbande met ander lande het, word aan meer mode-invloede blootgestel wat weer modeveranderinge bevorder.

Kontemporêre modeneigings by jong volwassenes

- ▶ Kontemporêre modeneigings gee aan jong volwassenes die geleentheid om hul persoonlike styl uit te dra.
- ▶ Groepsaanvaarding en sosiale status is vir die meeste tieners baie belangrik en daarom wil hul graag soos hul vriende lyk en dra dus dieselfde tipe klere.
- ▶ Die dra van die nuutste modeneigings en handelsnaametikette impliseer gewildheid, 'n groot vriendekring en aanvaarding deur die portuurgroep.
- ▶ Jong volwassenes koop ook graag handelsnaam-items om hul finansiële status uit te beeld en om by die groepsbeeld aan te pas. Dié wat dit nie kan bekostig nie, kan in die versoeking kom om nagemaakte handelsnaam-items te koop.
- ▶ Die koopkrag van jong volwassenes word direk deur die media en advertensies beïnvloed, daarom verander die modeneigings so vinnig.
- ▶ Jong volwassenes se klerestyle verskil van volwassenes s'n in dié opsig dat dit meer waaghalsig en avontuurlustig is en dit meer van die liggaam ontbloom.
- ▶ Hierdie groep dra ook min klassieke en duursame klere en sal eerder meer modieuse en goedkoper klere aanskaf.

EENHEID 2

VOORKOMS IN DIE WERKPLEK

DIE ROL VAN VOORKOMS IN DIE WERKPLEK

- ▶ Die tipe klere wat jy dra, hoe dit aan jou sit, asook jou lyftaal dra 'n nie-verbale boodskap van jousef aan ander oor.
- ▶ Om die regte boodskap te skeep, moet jy weet wie jy is, watter emosies jy ervaar en hoe jy wil hê jou werkgewers en kollegas jou moet sien.
- ▶ Dit is belangrik dat jou werkskleredrag 'n netjiese, professionele en bekwame beeld van jousef skeep.
- ▶ Dit sal die indruk skeep dat jy selfvertroue het en reg is om goeie werk te lewer.

Hoe om 'n professionele voorkoms in die werkplek te skeep

- ▶ Hou jou klere skoon, netjies en kreukelvry.
- ▶ Dra klere wat goed pas; dit moenie te los of te styf wees nie.
- ▶ Dra netjiese, gepoleerde en gemaklike skoene.
- ▶ Beperk die dra van juweliersware.
- ▶ Maak seker dat jou naels en hare netjies gesny en versorg is.
- ▶ Moenie klere wat te uitlokkend is, bv. lae halslyne, kort rompies of deursigtige klere, dra nie.
- ▶ Moenie klere dra wat ander kan aanstoot gee nie.



- ▶ Wees bewus daarvan dat sekere kleure 'n spesifieke indruk in die werkplek skeep - bv. swart dui op deftigheid, grys op konserwatiwiteit, blou op betroubaarheid en rooi op selfgeding.
- ▶ Sommige maatskappye het 'n **kleredragkode** waarvolgens die werkers moet aantrek. Dit is 'n beleid of stel reëls wat spesifiseer watter tipe klere deur die werknemers gedra moet word. Die doel hiermee is om te verseker dat alle werknemers inpas en deel van die maatskappy voel.

Riglyne wanneer klere en bykomstighede gekies en aangekoop word

- ▶ Die klere en bykomstighede wat jy kies, moet by jou werk en die beeld wat die maatskappy wil uitstuur, pas en gunstige boodskappe van jousef oordra.
- ▶ Daar kan ook van jou verwag word om sosiale geleenthede, opleidingssessies, kantoorpartytjies of jaareindfunksies by te woon. As jy jou werksklerekas beplan, moet jy hierdie tipe funksies in ag neem.
- ▶ Dit is baie belangrik dat jy aan die **kleredragkode** van die maatskappy sal voldoen; al pas dit nie by jou persoonlikheid nie.
- ▶ 'n Maatskappy kan van jou verwag om **korporatiewe klere** of 'n **uniform** te dra.
 - ▶ **Korporatiewe kleredrag** is klere wat geassosieer word met mense wat vir 'n groot maatskappy werk. Dit word hoofsaaklik vir identifikasie gedra en bevat gewoonlik 'n korporatiewe logo. Baie maatskappye verskaf hemde van 'n spesifieke kleur met die naam of logo van die maatskappy daarop aan sy personeel. Die styl van die langbroek of romp wat hul daarby dra, hang dan van die werknemers af. Hul kan enige styl dra wat by hul figuurtype pas solank dit net in die voorgeskrewe kleur is.



Voordele van korporatiewe kleredrag

- ▶ personeel word maklik geïdentifiseer
- ▶ minder spanning vir personeel oor wat om werk toe te dra
- ▶ mag goedkoper wees as om werksklere te koop
- ▶ 'n basiese standaard ten opsigte van voorkoms word geskep
- ▶ dit projekteer die beeld of identiteit van die maatskappy

- ▶ **Uniforms** word gewoonlik vir identifikasie gedra, maar ook om 'n basiese standaard ten opsigte van kleredrag en voorkoms te verseker. In sommige gevalle word uniforms gebruik vir higiëniese redes of om werkers te beskerm. Voorbeelde sluit in: die polisiediens, skoolkinders, verpleegsters en weermagdele.



Verdere riglyne

- ▶ Kies uitrustings met basiese kleure soos grys, swart, wit en roomkleur. Swart is veelsydig omdat dit vir dag- en aandrag gedra kan word.
- ▶ Kies klere wat goed pas en waarin jy gemaklik voel.
- ▶ Kies klere wat jou figuurtype komplimenteer.
- ▶ Jou klerekas moet eerder kwaliteit (gehalte) as kwantiteit (hoeveelheid) weerspieël.
- ▶ Kies klassieke style wat nie gou uit die mode raak nie. Beperk mode-items tot bykomstighede en klein items.
- ▶ Kies klere wat jy kan meng-en-pas. Elke item moet by ten minste drie ander items pas.
- ▶ Kies kleure, teksture en bykomstighede wat maklik is om te meng-en-pas.
- ▶ Koop meer bostukke as onderstukke. Vir elke onderstuk behoort jy drie tot vyf bostukke te hê.
- ▶ 70 tot 80% van die klere moet effekleurig wees.
- ▶ 20 tot 30% van die klere kan bedruk wees.
- ▶ Kies klassieke skoene van goeie kwaliteit wat by al jou uitrustings pas.
- ▶ Kies minsorgmateriale en maak seker dat jy dit kan was.
- ▶ Moenie op die ingewing van die oomblik klere koop nie - koop slegs 'n item by 'n uitverkoop as dit by ten minste drie ander kledingstukke pas.

'n Gestreepte/bedrukte kledingstuk kan maklik met neutrale kleure gemeng-en-pas word.



Bykomstighede soos handsakke, serpe, juweliersware, gordels en dasse kan gebruik word om klere stylvol, interessant en modieus te maak. Klassieke uitrustings kan met modieuse bykomstighede afgerond word.

Kies bykomstighede volgens jou figuurtype. As jy klein is, vermy groot ontwerpe op klere, groot handsakke en gordels.

Beplanning van 'n basiese klerekas vir die werkplek

- ▶ Vir 'n goedbeplande klerekas moet jy jou bestaande klerekas analiseer, organiseer en groepe klere bymekaar pas, sodat dit na 'n verskeidenheid geleenthede gedra kan word.
- ▶ Meng-en-pas is baie belangrik.
- ▶ As style, kleure en teksture by mekaar pas en vir jou behoeftes geskik is, behoort jy dit na enige aktiwiteit of plek, enige tyd van die dag of aand, te kan dra.

'n Basiese klerekas moet vir die volgende **faktore** voorsiening maak:

Seisoene

- ▶ In die somer word klere van liggewig tekstiele soos linne en katoen gedra, aangesien dit koel is. Katoenmateriaal is baie absorberend.
- ▶ Ligte of koel kleure, soos wit, room en blou, is veral geskik vir somerklere.
- ▶ In die winter word swaargewig tekstiele soos wol gebruik. Warm baadjies, jasse en serpe in warm kleure word gedra.
- ▶ Donker kleure soos swart, grys en donkerblou word ook meer in die winter gedra.

Verskillende werksgeleenthede (mans en vroue)

- ▶ Wanneer jy in die aand ná werk na 'n werksfunksie moet gaan, kies dagdrag wat jy deftiger kan maak, bv. trek 'n ander bostuk aan of verander jou juweliersware en haarstyl.
- ▶ Vermy klere wat uitlokkend of te ontblotend voorkom.

Tipe werk/aktiwiteite

- ▶ Die tipe werk wat jy doen, sal bepaal wat jy aantrek.
- ▶ As jy met die publiek werk, moet jou klere netjies wees en nie aan enigiemand aanstoot gee nie. As jy nie met die publiek werk nie, kan jy informele klere dra. As jy baie aktief is, sal jy gemaklike klere en skoene moet dra.

Begroting

- ▶ Koop die beste kwaliteit wat jy kan bekostig.
- ▶ Jou klerekas moet eerder kwaliteit as kwantiteit weerspieël.
- ▶ Koop klassieke klere wat met bykomstighede of ander items gekombineer kan word, soos jou begroting dit toelaat.
- ▶ As jy 'n meng-en-pasklerekas het, sal jy met minder klere meer uitrustings kan saamstel.

Figuurtipes

- ▶ Kies klere wat jou figuurtype komplementeer.
- ▶ Beklemtoon jou bates en steek jou probleemareas deur die gebruik van donker kleure weg.
- ▶ Klassieke broeke met reguit pype pas die meeste figuurtypes.
- ▶ Driehoek/peervormige figuurtypes moet broeke en rompe dra wat na onder uitklok.
- ▶ Ovaal/appelvormige figuurtypes moet liefs nie rompe en broeke met plooië om die middel dra nie.

Persoonlikheid

- ▶ Kies style en kleure wat by jou persoonlikheid pas, maar bly binne die maatskappy se kleredragkode.

Waardes

- ▶ Kies klere wat by jou waardestelsel pas.
- ▶ Moenie klere dra wat aanstoot vir ander kan gee nie, bv. die dra van T-hemde met slagspreuke op of kledingstukke wat te ontblotend is.



Ontwerpelemente- en beginsels kan gebruik word om jou figuur op sy beste te laat vertoon.

Ontwerpelemente

Lyne

- ▶ Lyne kan gebruik word om optiese illusies te skep.
- ▶ Vertikale lyne kan 'n persoon langer en slanker laat vertoon.
- ▶ 'n Kort, gesette persoon kan van hierdie lyne gebruik maak om slanker te lyk.
- ▶ Horisontale lyne laat 'n persoon breër en korter vertoon.
- ▶ Lang, maer mense kan hierdie lyne gebruik om korter en breër te lyk/vertoon.
- ▶ V-nek lyne kan ook 'n persoon langer en maerder laat vertoon.
- ▶ Geronde lyne beklemtoon 'n liggaam se buitelyne. Dit lyk goed by skraal mense, maar die voller figuur moet versigtig wees om dit te dra.



Kleur

- ▶ Jou kleurskema moet gebaseer wees op kleure wat jou gelaatstrekke en jou velkleur komplementeer.
- ▶ Ligte kleure kan 'n figuur groter laat lyk.
- ▶ Skraal mense kan groter lyk in helder/lichte kleure.
- ▶ Swart/donker kleure het 'n verslankende effek deurdat dit die areas wat hul bedek kleiner laat vertoon.
- ▶ Oorgewig mense kan donker/dowwe kleure dra om sekere areas kleiner te laat vertoon.
- ▶ Helder kleure trek weer aandag en kan gebruik word om jou positiewe punte te beklemtoon en die aandag van probleemareas weg te lei.
- ▶ Kort mense kan langer vertoon deur een kleur van kop tot tone te dra.

Teksture

- ▶ Oorweeg glansmateriaal (blink/satynagtig) vir kledingstukke vir spesiale geleenthede om 'n meer formele voorkoms te verkry.
- ▶ Glansmateriaal kan egter jou figuur groter laat vertoon.
- ▶ Breistof is gemaklik en laat maklike beweging toe, maar kan maklik haak.

Ontwerpbeginsele

- ▶ **Nadruk** kan gebruik word om jou goeie areas te beklemtoon en jou probleemareas weg te steek. Kleurvolle bykomstighede kan 'n werksuiterusting ophelder.
- ▶ **Proporsie** het te doen met die vergelyking van groottes, vorms en die verdeling van ruimte. Die lengte van 'n kledingstuk moet in verhouding met die lengte van jou lyf wees. Neem ook die grootte van handsakke, hoede, gordels, sakke en knope in ag deur jouself af te vra of dit in verhouding met jou grootte en lengte is.
- ▶ As 'n uitrusting goed gebalanseerd is, word **harmonie** geskep. Klere moet gelyke visuele gewig aan beide kante van die vertikale middellyn dra. Die bo- en onderkant van die uitrusting moet ook gebalanseerd wees.
- ▶ **Ritme** kan in 'n kledingstuk geskep word deur middel van die herhaling van voorwerpe, kleure, vorms en teksture.



'n Kledingstuk het harmonie as al die ontwerpelemente en -beginsels korrek toegepas is. Kledingstukke, bykomstighede, haarstyle en grimering moet saam 'n gevoel van eenheid skep.

Stappe in die beplanning van 'n basiese klerekas

- ▶ Groot veranderinge in jou lewe skep dikwels die geleentheid om 'n klerekas te beplan, soos wanneer jy vir die eerste keer begin werk of van werk verander.
- ▶ As jy begin werk, het jy waarskynlik min geld om aan klere-aankope te spandeer; daarom sal jy goeie klerekasbeplanningstegnieke moet toepas.

Jy kan jou klerekas met behulp van die volgende **stappe** beplan:

1 Bepaal jou behoeftes

- ▶ Jou klere- en dragbehoeftes word deur jou leefstyl bepaal.
- ▶ Alles wat jy doen - jou sosiale aktiwiteite, beroep, sport, reise en alle ander fasette van jou lewe - vereis 'n sekere tipe klere- en drag.
- ▶ Indien jou klerekas volgens jou leefstyl beplan is, sal jy 'n goed-ontwerpte klerekas met klere wat bymekaar pas, hê, en vir elke geleentheid iets hê om aan te trek.



2 Evalueer jou bestaande klerekas

- ▶ Stel vas wat jy alreeds in jou klerekas het en wat jy gereeld dra.
- ▶ Om vas te stel wat jy wil behou, neem jou loopbaanbehoeftes, persoonlikheid en leefstyl in ag.
- ▶ Raak ontslae van die kledingstukke wat jy nie meer dra nie.

3 Ondersoek jou beskikbare hulpbronne

- ▶ Klere is duur en mode verander elke seisoen.
- ▶ Jou begroting sal bepaal watter klere jy sal kan aankoop.

4 Stel 'n lys van items saam wat jou bestaande klerekas kan komplementeer

- ▶ Vergelyk jou werksklere met die voorbeeld van 'n basiese werksklerekas.
- ▶ Maak 'n lys van die items of kledingstukke wat jy benodig om die basiese werksklerekas te voltooi - dit voorkom dat jy onnodige aankope doen.

Voorbeeld van 'n basiese werksklerekas



| Noodsaaklike items vir 'n vrou se werksklerekas | | Noodsaaklike items vir 'n man se werksklerekas | |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Onderstukke (rompe/broeke) | 2 in basiese kleure soos grys en swart | Broeke | 2 in basiese kleure, bv. grys en houtskool |
| Bostukke | 4: 1 wit/roomkleurig 1 effekleurig 1 bedruk (geblom/gestreep) 1 deftig vir spesiale geleenthede | Hemde | 4: 1 wit 1 effekleurig 1 bedruk (geblom/gestreep) 1 deftig vir spesiale geleenthede |
| Baadjies | 1 om by alle onderstukke te pas | Baadjies | 1 om by albei broeke te pas |
| Skoene | 1 netjiese paar om by broeke en rompe te dra | Skoene | 1 swart paar |
| Bykomstighede: gordels, serpe | Koop 'n paar modieuse items | Oortrekruiers | 1 mouloos 1 met moue |
| Handsakke | 1 van goeie kwaliteit wat by al jou klere pas | Pak | 1 in houtskoolkleur - geskik vir alle seisoene |

| Items vir 'n vrou se werksklerekas vir verskillende werksgeleenthede | | Items vir 'n man se werksklerekas vir verskillende werksgeleenthede |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Bostuk | Bloes/hemp vir spesiale geleentheid | 1 netjiese wit hemp |
| Swart rok | | Netjiese swart leerskoene |
| Geskikte skoene vir aanddrag | | 'n Das (afhangende van die tipe geleentheid) |
| Oorweeg glansmateriale vir 'n meer formele voorkoms | | 'n Formele jas - swart of donkervlootblou |

EENHEID 3

VERBRUIKERSKWESSIES AANGAANDE KLEDING EN TEKSTIELE



Die volgende eenheid handel oor verbruikerskwessies aangaande kleding en tekstiele wat 'n impak op die natuurlike en ekonomiese omgewing het.

EKO-MODES EN DIE VOLHOUBARE GEBRUIK VAN TEKSTIELE EN KLEDING

- ▶ 'n **Eko-mode** is 'n 'groen mode' en dit neem die omgewing en die werksomstandighede van die mense in die modebedryf asook die gesondheid van verbruikers in ag.
- ▶ Eko-modes:
 - gebruik organiese grondstowwe en geen skadelike chemiese kleurstowwe nie.
 - word dikwels uit herwonne of hergebruikte tekstiele gemaak.
 - is duursaam sodat dit langer gebruik kan word.
 - gebruik billike handelspraktyke of etiese klerepraktyke in die maak van die produkte.

Billike handelspraktyke beteken dat mense in goeie, veilige omstandighede werk en dat hul billike lone betaal word. Daar word nie van kinderarbeid gebruik gemaak nie en daar word aan arbeids- en veiligheidswette voldoen.



Die Fairtrade-embleem op goedere toon aan dat billike handelspraktyke gebruik is.

Daar is streng wetgewing in Suid-Afrika wat tekstielwerkers teen onbillike handelspraktyke en uitbuiting beskerm.

Volhoubare tekstielstowwe

- ▶ Volhoubare tekstielstowwe word op 'n eko-vriendelike/omgewingsvriendelike manier gekweek en vervaardig.
- ▶ Hernubare hulpbronne soos plante, wat min water benodig, maar 'n goeie opbrengs lewer, word gebruik om hierdie tekstielstowwe te vervaardig.
- ▶ Min of geen chemikalieë word gebruik tydens die groei van die plante en in die produksie van die tekstielstowwe.

Deur die gebruik van volhoubare produkte kan ons help om die omgewing te beskerm sodat dit vir ons nageslagte veilig en gesond gehou kan word.



- ▶ Volhoubare tekstielstowwe kan **organies** of **nie-organies** wees.

Organiese tekstielstowwe

- ▶ Tydens die kweek van organiese tekstielstowwe word geen skadelike plaagdoders of onkruiddoders gebruik nie.
- ▶ Geen bleikmiddels of chemiese kleurstowwe word in die vervaardigingsproses gebruik nie.
- ▶ Natuurlike plantkleursels word gebruik om tekstiele te kleur; sodoende word die werkers nie aan skadelike giftige stowwe blootgestel nie.
- ▶ Voorbeelde sluit in:
 - organiese katoen
 - vesel wat vanaf seewier verkry is, wat met eko-vriendelike lyocell gekombineer word

Lyocell word uit houtpulp vervaardig.



Nie-organiese tekstielstowwe

- ▶ Nie-organiese tekstielstowwe word vervaardig van gewasse wat geplant en herplant kan word sonder om die grond te beskadig.
- ▶ Min chemikalieë word tydens kweking gebruik om sodoende skade aan die grond te beperk.
- ▶ Voorbeelde sluit in:
 - ▶ **Sojamateriaal** - dit word uit die doppe van sojabone gemaak. Sojabone word maklik aangeplant en is bio-afbreekbaar.
 - ▶ **Bamboesstof** - dit word uit die pulp van bamboes gemaak. Die bamboesplant groei vinnig en het nie plaagdoders nodig nie. Bamboesplante kan jaarliks aangeplant word. Baie min chemikalieë word in die vervaardigingsproses gebruik.
 - ▶ **Hennep** - die hennepplant groei baie vinnig en verryk die grond waarin dit groei. Min landbou-chemikalieë word gebruik en hoë opbrengste word gelewer.
 - ▶ **Sy** - sywurms word op 'n omgewingsvriendelike manier versorg en die sy word nie tydens vervaardiging met chemiese kleurstowwe of bleikmiddels behandel nie.
 - ▶ **Vesels** (bv. sybokhaar en wol) - diere word met sorg behandel, leef in goeie omstandighede en die hare/wol word nie onder stresvolle omstandighede verwyder nie. Geen bleikmiddels of chemiese kleurmiddels word tydens vervaardiging van die tekstielstof gebruik nie.

Al is 'n tekstielstof nie-organies, kan dit steeds volhoubaar wees.



***Bio-afbreekbaar** beteken dit kan relatief maklik en vinnig deur lewende organismes (bv. bakterieë) afgebreek word.*

Voorbeelde van **nie-volhoubare praktyke** in die vervaardiging van tekstiele:

- ▶ die gebruik van houtpulp vir die maak van rayon.
- ▶ die gebruik van olie (nie-hernubaar) vir die maak van poliëster, wat nie bio-afbreekbaar is nie.
- ▶ die gebruik van giftige kleurmiddels om katoen te kleur, besoedel die grond en water.

Hoe kan ons 'n bydrae tot volhoubaarheid maak en ons koolstofvoetspoor verklein?

- ▶ Koop klere wat van volhoubare tekstielstowwe soos organiese katoen of sy gemaak is.
- ▶ Koop klere wat plaaslik vervaardig is. Met die invoer van goedere word baie brandstof verbruik en dit kan die koolstofvoetspoor verhoog aangesien koolstofdioksied tydens verbranding in die atmosfeer vrygestel word.
- ▶ Koop klere wat van plaaslik vervaardigde tekstielstowwe gemaak is. Dit bevorder die ekonomie van ons land.
- ▶ Herwin en herbruik klere en tekstielstowwe.
 - ▶ **Herwin**
 - Herwonne poliëster word gemaak deur plastiekbottels te smelt en in tekstielvesels te spin wat dan weer vir kledingstukke, matte, knope en ritssluiters gebruik kan word.
 - Nie-geweefde tekstielstowwe word weer as vulsel vir gestoffeerde meubels gebruik.
 - ▶ **Hergebruik**
 - Moenie klere wat jy nie meer dra, weggooi nie. Verkoop dit aan tweedehandse klerewinkels of skenk dit aan 'n kindershuis, hospies (tehuis vir terminaalsiekes) of 'n welsynsorganisasie.
 - Omskep ou klere of materiaal in nuwe kledingstukke of knip dit op vir vloerlappe/afvallappe.



***Omskepping** is wanneer 'n ou kledingstuk uitmekaar gehaal word om 'n nuwe item te maak.*



Die positiewe impak van herwinning en hergebruik van klere op die omgewing

- ▶ **Afval word verminder** deurdat klere nie weggegooi word nie – dus word minder grond vir stortingsterreine benodig.
- ▶ Minder afvalstowwe word gegeneer omdat minder tekstielstowwe vervaardig word – dit verminder besoedeling en verklein die koolstofvoetspoor.
- ▶ **Minder water** word gebruik vir die vervaardiging van tekstielstowwe/klere – dus word water bespaar.
- ▶ **Minder elektrisiteit/energie** word verbruik vir die vervaardiging van tekstielstowwe/klere – dus word elektrisiteit/steenkool bespaar.

Die invloed van die onwettige gebruik (rowery) van wetlik beskermde handelsname (handelsmerke)

- ▶ 'n Handelsnaam (handelsmerk) is 'n simbool, woord of naam wat gebruik word om 'n produk te identifiseer en van soortgelyke produkte te onderskei.
- ▶ Dit word geregistreer en mag slegs deur die vervaardiger of kleinhandelaar gebruik word.
- ▶ Dit het dikwels drie elemente, nl. die naam, 'n logo en 'n slagspreuk.
- ▶ Coco-Cola is 'n handelsnaam vir 'n spesifieke koeldrank terwyl Nike en Adidas weer handelsname vir sportklere is.
- ▶ Hierdie handelsname word wêreldwyd herken.
- ▶ **Handelsmerkrowery** is die onwettige gebruik van geregistreerde handelsmerke of -name en logo's asook die nabootsing van etikette, verpakking, of die manier waarop die produk aangebied word.
- ▶ Die vervalste produkte is dikwels swak ontwerp en kan daartoe lei dat verbruikers hul vertroue in die handelsmerk verloor.



JUST DO IT.



- ▶ Maatskappye verloor elke jaar miljoene rande as gevolg van hierdie onwettige praktyke.
- ▶ Nagemaakte goedere word gewoonlik van lande soos China ingevoer en dit word dan in die informele sektor by stalletjies, markte, straatverkopers en selfs oor die internet verkoop.
- ▶ Dit is moeilik om handel in onwettige handelsnaamprodukte te keer/verhoed, veral omdat die verskaffers dit op onderduimse maniere in die land insmokkel en doeanebeheer daarvan onbewus is.



Nagemaakte produkte het dikwels embleme wat baie soos die oorspronklike produk s'n lyk. Dit kan verwarrend of misleidend vir die verbruiker wees.

Gevolge van handelsmerkrowery

- ▶ Dit lei tot die verlies van miljoene rande vir die vervaardigers van geregistreerde handelsmerkprodukte.
- ▶ Dit het 'n negatiewe uitwerking op die reputasie en beeld van die handelsmerk.
- ▶ Dit benadeel kleinhandelaars wat die wettige produkte verkoop deurdat verbruikers die goedkoper nagemaaktes koop.
- ▶ Dit lei tot die verlies van werksgeleenthede.
- ▶ Lande ontvang nie inkomstebelasting op produkte wat die land binnekom nie en dit benadeel die ekonomie.

