

KAUFVERHALTEN IN EINER GLOBALEN WELT

mat

CO
00

Verbraucher:innenbildung 8./9. Schulstufe





Einleitung

Kurzer Einstieg in den Themenbereich, der die Anliegen, Kompetenzen, Quellen und weiterführende Links übersichtlich darstellt.

Hintergründe für Lehrkräfte

Fachinformationen zum Themenbereich, die einen aktuellen Wissensstand zum Thema kurz zusammenfassen.

Informationen für Lehrkräfte und Schüler:innen

Kurzbeschreibung der Logos

Nachhaltigkeit

Methodenpool

Einführung

Methodenpool

Methodenpool
„Ein Mädchen aus Westafrika erzählt“
 Eine Geschichte, die die Lebens- und Konsumsituation eines afrikanischen Mädchens erzählt, gibt den Impuls zum Beantworten von Fragen in Einzelarbeit.

„Faire Logos“

Zu Initiativen und Organisationen, die sich mit fairer Produktion und fairem Handel auseinandersetzen werden Assoziationen gesammelt und anschließend mit Informationen angereichert.

Erarbeitung

„Warum wir kaufen.“

Kriterien, die zum Kauf von Produkten überzeugen, bzw. Gründe und Merkmale, warum Menschen Produkte kaufen, werden gemeinsam erarbeitet und definiert. Diese werden für Produkte, die vor allem Jugendliche wählen, angewendet.

„Fairtrade“

Anhand eines Films wird die Fairtrade-Idee vorgestellt, faire und unfaire Aspekte von (internationalen) Handelsbeziehungen werden besprochen.

„Schokoladen-Genuss“

In Kleingruppen werden verschiedene Schokoladen analysiert und damit verbundene Aspekte des Kaufes wie z.B. Gütesiegel oder Kennzeichnungen näher bearbeitet.

Dauer	Komplexität	Seite
		4
		6
		17
		17
		35
		8
20' bis 30'	Einfach	8
15' bis 20'	Mittel	11
40' bis 50'	Mittel	20
25' + Film- länge	Mittel	26
45' bis 60'	Einfach	28



Ergebnissicherung

Methode „Aktionen für eine neue Welt“

Der Nachhaltigkeitsbegriff wird erläutert und in Einzelarbeit werden vorgegebene Aktionen beurteilt. Mögliche Ideen und Aktionen für „eine bessere Welt“ werden festgehalten und evtl. umgesetzt.

Unterrichtsvorschlag

Bietet eine Unterrichtsplanung für zwei bis drei Unterrichtseinheiten

Impressum

Dauer	Komplexität	Seite
30' bis 45'	Mittel	31
		37
		39



Vorwort	Warum ein bestimmtes Produkt gekauft wird und ein anderes nicht, hängt oft davon ab, wie die Werbeindustrie es schafft, in uns das unbedingte Verlangen zum Kauf zu wecken. Ressourcenverwendung, Produktionsmethode, Arbeitsbedingungen und Transportwege finden in der Werbung in der Regel keine Erwähnung, wie wohl sie oft weltweite Auswirkungen haben.
Fächerbezug	Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Deutsch, Religion/Ethik, Ernährung und Haushalt, Haushaltsökonomie und Ernährung, Digitale Grundbildung
Schulstufe	empfohlen für 8./9. Schulstufe
Kompetenzen <small>siehe Grundsatzterlass Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung BMBF, Juni 2015</small>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Schüler:innen bedenken die Folgen des eigenen Konsum- und Wirtschaftsverhaltens und können ihrem Entwicklungsalter entsprechend verantwortlich, politisch bewusst und nachhaltig handeln. • Die Schüler:innen sind zur Reflexion ihrer persönlichen Bedürfnisse, ökonomischen Möglichkeiten und Werthaltungen in der Lage. • Die Schüler:innen sind ihrer Altersstufe entsprechend fähig und bereit, nationale, internationale und globale ökonomische Phänomene und Zusammenhänge wirtschafts- und unternehmensethisch zu bewerten.
Anliegen	<ul style="list-style-type: none"> • Suchen gemeinsamer Parameter für eine reflektierte Kaufentscheidung • Auseinandersetzung mit dem eigenen Kaufverhalten • Kennenlernen von Chancen und Nutzen von Konsumentenaktivitäten auf regionaler, nationaler und globaler Ebene zur Verbesserung der Rechte der Konsument:innen • Schaffung eines Bewusstseins über die globalen Auswirkungen des Konsums • Kennenlernen bestehender Initiativen für ein globales Verständnis
Hintergründe für Lehrkräfte	<ul style="list-style-type: none"> • Ich kaufe die Welt

Informationen für Lehrkräfte und Schüler:innen	<ul style="list-style-type: none"> • Kurzbeschreibung der Logos • Nachhaltigkeit
Informationen in Einfacher Sprache	<ul style="list-style-type: none"> • Kaufkriterien <p>Dieser und weitere Texte in Einfacher Sprache finden sich unter www.konsumentenfragen.at/einfachesprache</p>
Anschlussthemen	Werbung und Verkaufstricks
Quellen & Links	<p>Bücher: Schüppel, Katrin: „Kann ich die Welt retten? Verantwortungsvoll leben – clever konsumieren“, Verlag an der Ruhr, 2009</p> <p>Internet: FAIRTRADE Österreich Verein zur Förderung des fairen Handels mit den Ländern des Südens: www.fairtrade.at</p> <p>EZA Fairer Handel GmbH www.eza.cc</p> <p>Südwind Verein für Entwicklungspolitik und globale Gerechtigkeit www.suedwind.at</p> <p>Gütezeichen für nachhaltige Produkte Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie www.bewusstkaufen.at/label-kompass</p> <p>Gütesiegel für Lebensmittel im Check Greenpeace https://greenpeace.at/ratgeber/guetezeichen-ergebnisse</p>



Ich kaufe die Welt!

In dieser Unterrichtsplanung geht es darum, Konsum auf der persönlichen und der globalen Ebene zu betrachten.

Persönliche Ebene – die Vielfalt von Kaufkriterien

Warum ein bestimmtes Produkt gekauft wird, hängt einerseits von einer Vielzahl von Kaufkriterien und andererseits von der Effizienz der Werbeindustrie ab. Hier gibt es kein Richtig oder Falsch. Vielmehr ist die Vielfalt von Möglichkeiten und deren Einfluss auf unser persönliches Kaufverhalten das Thema.

Wichtig ist, diese Muster für junge Menschen sichtbar zu machen. Wenn sie erkennen können, welche Kaufkriterien wie auf sie wirken und in welcher Form diese Aspekte in Werbebotschaften übermittelt werden, wird es ihnen leichter fallen, Werbestrategien zu durchschauen und sich der permanenten Beeinflussung zu widersetzen. Häufiges Reflektieren und die Auseinandersetzung mit dem eigenen Kaufverhalten können diese Reaktionsketten unterbrechen und alternative Handlungsweisen ermöglichen.

Geschmackstest als Beweis

Bei Lebensmitteln eignet sich besonders gut ein Geschmackstest, um Mechanismen wie die der Beeinflussung durch z.B. Form, Farbe, Marke etc. zu verdeutlichen. Für eine Verkostung eignen sich derartige Produkte, die von verschiedenen Anbieter:innen auf den Markt gebracht werden und ein ähnliches Aussehen haben, z.B. Haselnusscremen, Gummibärchen, Kartoffelchips, Schokolade, Fruchtojoghurt ...

Globale Ebene

Das persönliche Kaufverhalten hat heutzutage auch eine globale Komponente. Produktionsstätten an weit entfernten Orten führen dazu, dass das eigene Handeln und somit alltägliche

Kaufentscheidungen weltweite Auswirkungen haben. Der Begriff des nachhaltigen Konsumierens ist hier auch in den letzten Jahren stärker in den Fokus gerückt: ein zukunftsfähiges („enkeltaugliches“) Wirtschaften wird gefordert, was bedeutet, unseren Nachkommen ein intaktes ökologisches, ökonomisches und soziales Gefüge zu hinterlassen. Und das betrifft die regionalen Produzent:innen genauso wie die Produzent:innen weltweit.

In unserem täglichen Leben genießen wir gerne, was der Süden produziert. Lebensmittel wie Kakao, Kaffee, Tee oder Bananen gehören ganz selbstverständlich zu unserem Alltag und sind mittlerweile zu jeder Jahreszeit für uns verfügbar.

Allerdings ist es in den so genannten Entwicklungsländern nicht selbstverständlich, dass die Arbeiter:innen auch von ihrer Arbeit leben können. Damit wir billig einkaufen können, werden die Löhne sehr niedrig gehalten. Oft müssen alle Familienmitglieder inklusive der Kinder arbeiten. Um Geld zu sparen werden billigste Produktionsmethoden eingesetzt, die die Arbeit oft gefährlich machen. Beim Einsatz von Pestiziden oder Düngemitteln wird nicht auf die Gesundheit der Arbeiter:innen geachtet.

Es gibt jedoch mittlerweile eine beträchtliche Anzahl an Initiativen (z.B. FAIRTRADE, EZA, Clean Clothes ...), die es einem ermöglichen, verantwortungsvolle Kaufentscheidungen zu treffen.

Fair teilen – fairer Handel

Unter fairem Handel werden Handelspartnerschaften verstanden, die auf Dialog, Transparenz und Respekt basieren. Nachhaltige Entwicklung wird durch bessere Produktionsbedingungen und Handelskonditionen sowie das Einhalten von Menschenrechten in Ländern des Südens unterstützt. Faire Löhne, die meist über dem Weltmarktniveau liegen, garantieren den

Familien der Arbeiter:innen ein menschenwürdiges Leben und bieten ihnen z.B. die Möglichkeit, ihre Kinder in die Schule zu schicken. Zudem wird darauf geachtet, dass sich die Produktion an anerkannten Umweltstandards orientiert.



Bild: FAIRTRADE Österreich

Gütesiegel und Zertifizierungen

Gütesiegel machen für die Verbraucher:innen Produkte aus fairem Handel erkennbar. Das „Hauptgütesiegel“ ist das FAIRTRADE-Gütesiegel. Nur Produkte, bei denen 3 wichtige Standards bei der Produktion und beim Handel eingehalten wurden, sind damit ausgezeichnet:

⇒ Soziale Standards

- Organisation in demokratischen Gemeinschaften (bei Kooperativen)
- Förderung gewerkschaftlicher Organisation (auf Plantagen)
- Geregelter Arbeitsbedingungen
- Verbot ausbeuterischer Kinderarbeit
- Diskriminierungsverbot

⇒ Umweltstandards

- Förderung des Bio-Anbaus durch den Bio-Aufschlag
- Umweltschonender Anbau
- Schutz natürlicher Ressourcen
- Verbot gefährlicher Pestizide
- Kein gentechnisch verändertes Saatgut

⇒ Wirtschaftliche Standards

- Bezahlung von FAIRTRADE-Mindestpreis und FAIRTRADE-Prämie
- Regelung des Waren- und Geldflusses
- Verwendung des Siegels
- Transparente Handelsbeziehungen
- Vorfinanzierung

Quelle: Fairtrade-Standards, www.fairtrade.at/was-ist-fairtrade/fairtrade-standards.html

Weltweite Verbreitung

In 21 Ländern in Europa, Nordamerika, Asien und Ozeanien sind nationale Fairtrade-Organisationen tätig. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl an Fairtrade Projekten, die von Fairtrade International betreut werden. vgl. www.fairtrade.net/about/projects/fairtrade-projects-across-the-world

Fairtrade International umfasst derzeit 25 nationale Fairtrade-Organisationen, drei Produzentennetzwerke und sieben Marketingorganisationen. vgl. www.fairtrade-deutschland.de/was-ist-fairtrade/fairtrade-system/fairtrade-chronik

Transport

Die FAIRTRADE-Produkte werden derzeit über die üblichen Transportkanäle befördert. Um die Ökobilanz möglichst günstig zu beeinflussen, werden die allermeisten Produkte per Schiff transportiert. Die FAIRTRADE-Importorganisationen beziehen die Produkte in größeren Mengen von den Produzenten-Kooperativen in den Produktionsländern und importieren sie z.B. nach Österreich. Die größte Importorganisation in Österreich ist die EZA Fairer Handel GmbH. Neben diesem „Hauptgütesiegel“ gibt es noch andere, weniger verbreitete Labels, die meist auf bestimmte Unternehmen/Organisationen, Länder, Regionen oder Produkte beschränkt sind.

Nachhaltiger und fairer Transport steckt noch in den Anfängen. Fairtransport nutzt z.B. rein die Windkraft und transportiert so die Waren: <https://fairtransport.eu/de>

Anmerkungen

Ein Mädchen aus Westafrika erzählt aus ihrem Alltag



Bild: Ulla Trampert/pixelio.de

Instinktiv öffne ich meine Augen. Die Sonne wird bald aufgehen. Leise stehe ich auf, um meine Geschwister, die um mich herum auf Matten noch fest schlafen, nicht zu wecken. Ich kleide mich an und bete mit meinen Eltern unser erstes Gebet. Eilig beginne ich, den Weg um unser Haus zu fegen, nehme dann den großen Metalltopf auf meine Schultern und begeben mich auf den Weg ins Nachbardorf, wo die einzige Wasserpumpe weit und breit steht. Wie schmerzen meine Schultern, wenn ich – wieder zurück – das volle Wassergefäß abstelle. Für eine Pause ist allerdings keine Zeit, denn gleich werden meine Geschwister aufstehen. Dann muss das Frühstück fertig sein. So entzünde ich rasch ein Feuer und erwärme das Essen vom Vortag – Reis und Sauce. Wenn mein Vater zur Arbeit gegangen ist und meine Mutter zum Markt, um dort Reis zu verkaufen, wasche ich das Geschirr ab und kümmer mich um meine kleineren Geschwister. Meine größeren Brüder sind dann schon unterwegs zu den Feldern, die weit außerhalb unseres Dorfes liegen. Dort verrichten sie die Arbeit, die getan werden muss – Böden umackern, Reis pflanzen, bewässern, Vögel verscheuchen Ich habe noch vier jüngere Geschwister, die mir auch schon ein bisschen bei der Hausarbeit helfen; oft ist es aber auch sehr anstrengend, wenn sie sich streiten. Dann wünschte ich mich an einen anderen Ort. In einem Film habe ich

einmal gesehen, dass sich nicht alle Kinder dieser Erde um ihre Geschwister und die Hausarbeit kümmern müssen. Diese dürfen in eine Schule gehen, erlernen einen Beruf und erziehen erst dann Kinder, wenn es ihre eigenen sind. Am späten Vormittag werden dann meine kleineren Schwestern und Brüder von einer Nachbarin beaufsichtigt und ich gehe zum Markt. Dort helfe ich meiner Mutter. Wenn sie etwas verkauft hat, kann ich mit diesem Geld Lebensmittel für das Mittagessen einkaufen. Auf diese Zeit des Tages freue ich mich immer sehr, denn da treffe ich meine Freundinnen. Ich frage sie, wie es ihnen geht und was sie mir neues berichten können. Leider bleibt nicht viel Zeit, denn ich muss nach Hause laufen, um das Essen für meine Brüder auf dem Feld zu kochen. Meine Brüder freuen sich immer schon und sind sehr hungrig von der harten Arbeit. Manchmal schimpfen sie mich auch, wenn ich mich verspätete. Meist bleibe ich dann auch am Nachmittag dort, um beim Unkraut jäten, Gießen, Vögel verscheuchen und Holz sammeln zu helfen. Auch wenn ich von dieser Tätigkeit abends sehr müde bin, macht es mir Freude, mit meinen Brüdern unsere Eltern zu unterstützen. Abends habe ich frei. Dann treffe ich Freundinnen und wir hören Musik oder gehen ins Nachbardorf, wo es einen Video-Club gibt. Wir schauen uns öfters dieselben Filme an, weil es keine große Auswahl gibt. Am meisten interessieren mich Berichte über junge Leute aus anderen Ländern. Die haben Dinge, die ich in meinem Leben noch nie gesehen habe. Ich weiß gar nicht, ob man das alles braucht. Ich stelle mir vor, wie es wäre, dort zu leben. An Feiertagen darf ich manchmal mit meinen Freundinnen in die Disco in die nahe gelegene Stadt gehen. Dies dauert zwar etwa eine Stunde, aber dort ist es immer sehr lustig. Ich treffe andere Freundinnen und kaufe mir eine Cola oder ein Fanta. Wir tanzen, reden über Burschen und haben Spaß.

**„Was braucht ein Mensch?“**

Fragen zum Thema:

- ⇒ Wie empfindest du die Geschichte?
- ⇒ Wie teilt sich der Tag des afrikanischen Mädchens auf (Verhältnis Arbeit/Fortbildung/Freizeit)? Wie teilt sich im Gegensatz dazu dein Tag auf? Worin besteht der größte Unterschied?
- ⇒ Erhält das Mädchen für seine Hausarbeit Geld von den Eltern?
- ⇒ Was kauft sich das Mädchen aus der Geschichte?
- ⇒ Glaubst du, ist es wichtig, dass Kinder zuhause mithelfen?
- ⇒ Was tust du, um deine Eltern zu unterstützen?
- ⇒ Welche Grenzen sollen Eltern ihren Kindern setzen?
- ⇒ Wie soll dein Leben einmal aussehen, wenn du erwachsen bist? Welchen Beruf möchtest du einmal ergreifen?
- ⇒ Welche Träume hast du jetzt und in naher Zukunft?

Anmerkungen

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Deutsch, Religion, Ernährung und Haushalt, Haushaltsökonomie und Ernährung

Unterrichtsphase

- Einführung

Komplexitätsgrad

- Mittel

Anliegen

- Kennenlernen von Initiativen und Organisationen, die sich mit fairer Produktion, fairem Handel und/oder dem Schutz der Umwelt bzw. Gesundheit auseinandersetzen

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Institutionen/Organisationen, die sich für Handel/Schutz der Umwelt bzw. Gesundheit engagieren, benennen

Dauer

- 15 bis 20 Min.

Unterrichtsmittel

- Plakatpapier oder Flipcharts
- Material *Bilder* [1-4]
- Material *Impulsfragen* [1]
- Informationen *Kurzbeschreibung der Logos* [1-3]
- Hintergründe *Ich kaufe die Welt* [1-2]

Informationen in Einfacher Sprache

- Bei Bedarf ist ein Text zum Thema **Kaufkriterien** in Einfacher Sprache auf der Website des Sozialministeriums verfügbar:

www.konsumentenfragen.at/einfache-sprache

Vorbereitung

- Ausgewählte Logos aus dem Material *Bilder* [1-4] ausdrucken und evtl. ausschneiden.
- Pro Logo ein Flipchartplakat.
- ev. die Informationen *Kurzbeschreibung der Logos* [1-3] für alle Teilnehmer:innen vervielfältigen oder digital zur Verfügung stellen.
- bei Bedarf die Fragen aus dem Material *Impulsfragen* [1] mehrfach ausdrucken.

Ablauf

- Die Lehrkraft legt ausgewählte Logos aus dem Material *Bilder* auf Tische, die verteilt im Raum liegen. Dazu werden auch die Fragen aus dem Material *Impulsfragen* ergänzt:
 - ⇒ Habt ihr dieses Logo schon einmal gesehen? Was könnte dieses Logo bedeuten? Wofür steht es? Auf welchen Produkten ist es zu finden?

Variante ohne Ausdruck: Die Fragen werden an die Tafel geschrieben/per Beamer visualisiert

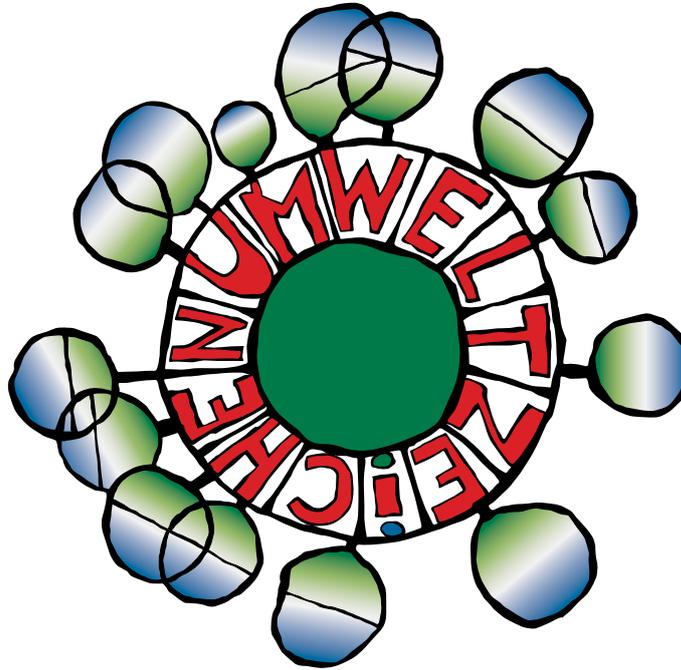
- Die Schüler:innen gehen zu den Plakaten mit den Logos und schreiben ihre Antworten zu den Fragen auf die Plakate. Nach dem Schreiben werden die Plakate vorgelesen.
- Abschließend erwähnt die Lehrkraft, dass all die gezeigten Logos auf besondere Bedingungen/Vorgaben hinweisen.
- Mit Hilfe der Hintergründe *Ich kaufe die Welt* kann sie am Beispiel des Fairtrade- Gütesiegels erklären, welche Kriterien für dieses Gütesiegel gelten.
- Die Schüler:innen erhalten ergänzend die Informationen *Kurzbeschreibung der Logos*.

Idee zur Weiterarbeit:

- Weitere Logos/Organisationen/Initiativen kennenlernen, z.B. unter www.bewusstkaufen.at oder <https://greenpeace.at/ratgeber/guetezeichen-ergebnisse>

- ⇒ Habt ihr dieses Logo schon einmal gesehen?
- ⇒ Was könnte dieses Logo bedeuten? Wofür steht es?
- ⇒ Auf welchen Produkten ist es zu finden?





KAUFVERHALTEN IN EINER GLOBALEN WELT 8./9. Schulstufe

Bild: Klimaschutzministerium



**Fair für mich.
Fair für alle.**

Bild: EZA





Bild: FAIRTRADE Österreich

KAUFVERHALTEN IN EINER GLOBALEN WELT 8./9. Schulstufe



**WELT
LADEN**
GERECHT HANDELN – SINNVOLL KAUFEN.

Bild: ARGE Weltläden



Clean Clothes Kampagne

Österreich



Bild: Südwind Agentur



Bild: Europäische Kommission



Bild: Klimaschutzministerium



KAUFVERHALTEN IN EINER GLOBALEN WELT 8./9. Schulstufe



Bild: Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH



KAUFVERHALTEN IN EINER GLOBALEN WELT 8./9. Schulstufe



Bild: www.umweltbundesamt.de

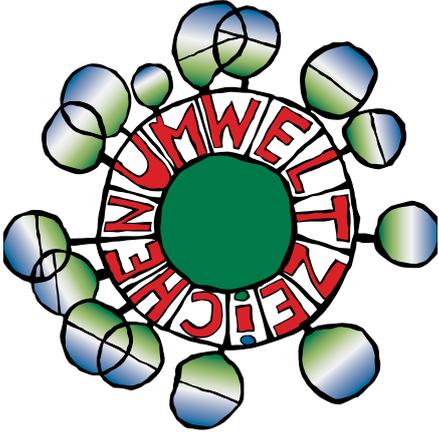
Bild: STEP



Bild: Global Standard gemeinnützige GmbH



Hier findest du einige Logos, die garantieren, dass die Produkte besonders geprüft wurden, bevor das Logo vergeben wurde. Aspekte sind zum Beispiel: Herstellung und Verkauf unter fairen Bedingungen, Umwelt- und Gesundheitsverträglichkeit oder soziale Verantwortung.

	<p>Das Umweltzeichen ist das einzige umfassend staatlich geprüfte Umweltsiegel in Österreich. Es wird für zahlreiche Produkte und Dienstleistungen z.B. aus den Bereichen Bauen & Wohnen, Büro & Papier, Haushalt & Reinigung oder Schuhe & Textilien vergeben.</p> <p>Es steht für besonders hohe Umwelt- und Gesundheitsverträglichkeit sowie für konsequent nachhaltige Betriebsführung und soziale Verantwortung.</p> <p>www.umweltzeichen.at</p>
 <p>Fair für mich. Fair für alle.</p>	<p>Die EZA Fairer Handel GmbH ist die größte Importorganisation für fairen Handel in Österreich. EZA orientiert sich am Grundsatz „Handel statt Hilfe“.</p> <p>www.eza.cc</p> <p>Dieses Logo findest du auf fair gehandelten Produkten. Sieh dich aufmerksam im Geschäft um: entdeckst du es?</p>
	<p>Das Fairtrade-Siegel steht für fair angebaute und gehandelte Produkte.</p> <p>Es garantiert, dass die Arbeiter:innen einen fairen Lohn für ihre Arbeit erhalten.</p> <p>www.fairtrade.at</p> <p>Dieses Logo findest du u.a. auf Lebensmitteln und Kleidung. Sieh dich um, was du entdeckst.</p>

 <p>GERECHT HANDELN – SINNVOLL KAUFEN.</p>	<p>Die Weltläden sind Fachgeschäfte für fairen Handel. Jeder Weltladen setzt sich mit großem Engagement für den fairen Handel ein.</p> <p>Weißt du, wo der nächste Weltladen in deiner Nähe ist?</p> <p>www.weltladen.at</p>
	<p>Die Clean Clothes Kampagne setzt sich für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungs- und Sportartikelindustrie ein. Einige Firmen haben schon erste Schritte gesetzt, um die sozialen Bedingungen der Arbeiter:innen zu verbessern. Weiterer Einsatz ist aber nötig, da die Versprechen der Unternehmen und deren Umsetzung oft stark auseinanderklaffen.</p> <p>www.cleanclothes.at</p>
	<p>Das Europäische Bio-Zeichen kennzeichnet Lebensmittel aus kontrolliert biologischer Landwirtschaft (mindestens 95 % der Zutaten müssen aus Bio-Landwirtschaft stammen). Die Kriterien sind umfassend. So ist z.B. die artgerechte Tierhaltung ein Kriterium um das EU-Bio Logo zu erhalten. Mit dem Logo wird auch der Ort angegeben, in dem die landwirtschaftlichen Rohmaterialien angebaut wurden (z.B. steht das Kürzel AT für Österreich).</p>
	<p>Das EU Ecolabel ist das Umweltzeichen der Europäischen Kommission („Euro-Blume“ oder Europäisches Umweltzeichen). Es wird für viele verschiedene Produktgruppen vergeben wie z.B. Geräte, Reinigung & Hygiene, Papierprodukte, Kleidung, Haus & Garten, Schmiermittel oder Touristikdienstleistungen. Nur Produkte, die strenge Auflagen bezüglich Umweltqualität einhalten und besonders umweltschonende Eigenschaften haben, erhalten dieses Logo.</p> <p>www.umweltzeichen.at/de/ecolabel/start</p>

	<p>Das AMA-Biosiegel ist ein Gütesiegel für biologische Lebensmittel. Die Anforderungen des behördlich genehmigten AMA-Biosiegels gehen über jene der EU-Bio-Verordnungen hinaus.</p> <p>Sie garantieren eine hohe Lebensmittelqualität, zusätzliche Umweltstandards und die gesicherte Nachvollziehbarkeit der Herkunft.</p> <p>Das rot-weiße AMA-Biosiegel mit der Herkunftsangabe AUSTRIA garantiert Österreich als Herkunftsort der landwirtschaftlichen Rohstoffe und auch als den Ort der Be- und Verarbeitung.</p> <p>https://bioinfo.at</p>
	<p>Der Blaue Engel ist das staatliche Umweltzeichen der deutschen Bundesregierung. Es kennzeichnet Produkte mit umweltschonenden Eigenschaften wie z.B. geringem Energieverbrauch, geringen Emissionen in Wasser, Luft-, und Boden sowie ressourcenschonender Herstellung. Im Kern ist der Blaue Engel ein Umweltzeichen, aber zunehmend werden auch Arbeitsbedingungen während der Herstellung betrachtet wie z.B. die Einhaltung von internationalen Arbeitsschutzstandards.</p> <p>www.blauer-engel.de</p>
	<p>Der Global Organic Textile Standard (GOTS) ist ein Qualitätssiegel für die Textilverarbeitung von biologisch erzeugten Naturfasern, der als unabhängige Non-Profit-Organisation ökologische und soziale Kriterien bei der Herstellung von Textilien mit einbezieht. Dabei unterliegt die gesamte textile Lieferkette einer unabhängigen sowie transparenten Zertifizierung.</p> <p>https://global-standard.org/de</p>

Bild: Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH

Bild: www.umweltbundesamt.de

Bild: Global Standard gemeinnützige GmbH

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Deutsch, Religion, Ernährung und Haushalt, Haushaltsökonomie und Ernährung

Unterrichtsphase

- Erarbeitung

Komplexitätsgrad

- Mittel

Anliegen

- Kritische Auseinandersetzung mit dem persönlichen Kaufverhalten und den eigenen Kaufentscheidungsmustern
- Bewusstes Wahrnehmen von Werbestrategien, die hinter den einzelnen Kaufkriterien stecken
- Erkennen der Vielfalt und Variabilität von Bewertungsgrundsätzen
- Entwicklung von Toleranz gegenüber anderen Maßstäben

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Kaufkriterien beschreiben können
- Die Relevanz von Kaufkriterien für unterschiedliche Produkte und für verschiedene Lebenssituationen beurteilen

Dauer

- 40 bis 50 Min.

Unterrichtsmittel

- Material *Beschreibung der Kaufkriterien [1–2]*
- Material *Liste der Kaufkriterien [1]*
- Ca. 25 leere A4-Blätter (pro Kaufkriterium ein Blatt)

- Klebepunkte in drei unterschiedlichen Farben, jeweils in entsprechender Schüleranzahl
- Arbeitsblatt *Meine persönlichen Kaufkriterien [1]* in Schüleranzahl
- Plakat und Stifte

Informationen in Einfacher Sprache

- Bei Bedarf ist ein Text zum Thema **Kaufkriterien** in Einfacher Sprache auf der Website des Sozialministeriums verfügbar: www.konsumentenfragen.at/einfache-sprache

Vorbereitung

- Das Arbeitsblatt *Meine persönlichen Kaufkriterien [1]* sowie bei Bedarf das Material *Beschreibung der Kaufkriterien [1–2]* entsprechend der Schüleranzahl kopieren.

Ablauf

- Einführend sammelt die Lehrkraft gemeinsam mit den Schüler:innen Ideen, welche Kriterien zu einem Kauf verführen können, und schreibt ein Kriterium jeweils auf ein leeres Blatt.
- Mögliche Impulsfragen können sein:
 - ⇒ Welche Produkte hast du in letzter Zeit gekauft?
 - ⇒ Warum kaufst du genau dieses Produkt und nicht ein anderes (z.B. Energy-Drink einer bestimmten Marke und nicht den Drink, der im Regal daneben steht)?
 - ⇒ Was ist dir bei diesem Produkt wichtig? Was nicht?
- Die genannten Kaufkriterien kann die Lehrkraft durch jene aus dem Material *Liste der Kaufkriterien* ergänzen.
- Diese A4-Blätter mit den Kaufkriterien werden im Klassenzimmer verteilt aufgehängt und kurz erklärt.



Die Farbe

Durch gezielte Auswahl der Farben werden Eindrücke wie Natürlichkeit und Fröhlichkeit vermittelt. Dunkle Farben werden verwendet, um Seriosität, Exklusivität oder etwas Geheimnisumwittertes darzustellen.

Die Form

Runde, fließende Formen strahlen Harmonie aus, Kanten und Ecken werden in vielen Fällen vermieden (vgl. Formen von Autos, Handys ...).

Die Marke

Durch ein auffallendes Logo wird der Wiedererkennungseffekt genutzt. Man wird also auf bestimmte Logos trainiert, die man dann besonders gerne kauft. Mit der Marke werden Gefühle, Erinnerungen und Erfahrungen verknüpft.

Der Preis

Je nachdem, wie wichtig ein bestimmtes Produkt für einen Menschen ist, wird ein gewisser Preis dafür hingenommen oder sogar erwartet. Alles, was darüber- bzw. darunterliegt, wird nicht gekauft.

Die Herkunft

Besonders Menschen, die sich mit der Herkunft oder dem Ursprung von Produkten auseinandersetzen, achten beim Kauf auf regionale und heimische Waren mit kurzen Transportwegen.

Der Geschmack/der Tragekomfort

Geschmack und Tragekomfort sind sehr persönliche Kriterien. Das kann bei jedem Menschen anders sein. In manchen Fällen sind diese Kriterien sehr stark an das Markenbewusstsein geknüpft.

Die Werbung

Werbung hat vielfältige Strategien, z.B. besonders einprägsame Sprüche. Lustige Werbespots, die gleichzeitig eine kleine Geschichte erzählen, kommen besonders bei jüngeren Menschen gut

an. Werbung, die gefällt, kann dazu führen, dass man genau dieses Produkt kauft.

Die Platzierung

Es stecken viele Überlegungen dahinter, an welcher Stelle Waren im Geschäft aufgestellt werden. Süßigkeiten für Kinder sind z.B. immer dort, wo sie diese leicht erreichen können.

Die Gewohnheit

Wer schon als Kind ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Marke kennen gelernt hat, wird diese nicht ohne gute Gründe wechseln.

Die Erinnerungen

Unbewusst können mit einem Produkt verknüpfte Erinnerungen zum Kauf führen. Wenn es etwa SMARTIES immer beim Kindergeburtstag gab, waren und sind sie deshalb etwas ganz Besonderes für die betreffende Person.

Die Aktualität

Laufend werden neue Produkte entwickelt und auf den Markt gebracht. Plötzlich spielen sie dann auch im Alltagsleben eine Rolle (z.B. Modetrends, Smartphone ...). Manche Menschen achten darauf, immer auf dem neuesten Stand zu sein.

Die technische Ausstattung

Auf Grund der rasanten technischen und elektronischen Entwicklung sind Funktionsweise und technische Ausstattung ein wesentliches Kaufkriterium. Abhängig vom jeweiligen Produkt (Smartphone, Tablet, PC, Flatscreen ...) spielen dabei Funktionalität, Leistungskapazität, Aktualität, Ausbaufähigkeit, Bedienungsfreundlichkeit, Vielseitigkeit uvm. eine wesentliche Rolle.

Die Verfügbarkeit

Ein mögliches Kriterium für den Kauf bestimmter Produkte kann deren Verfügbarkeit sein. Wenn z.B. Erdbeersaison ist, dann werden Erdbeeren gekauft, weil sie gerade vorhanden sind. Dieses



Kriterium betrifft vor allem Lebensmittel. Bei lange haltbaren und wertvollen Gegenständen wird in vielen Fällen lieber gewartet und nach dem „Richtigen“ gesucht (z.B. Möbel, Auto ...).

Das Gruppenbewusstsein

Wer zu einer bestimmten Gruppe gehört, gleicht auch sein Konsumverhalten an. Dies gilt für Hip-Hopper, Gruftis, aber auch für ernährungsbewusste Menschen oder Geschäftsleute und viele andere mehr.

Der Lebensstil

Im Laufe eines Lebens kann sich der eigene Lebensstil mehrmals ändern. Häufig hängt dieses Kriterium mit dem Gruppenbewusstsein (siehe oben) zusammen.

Die Herstellung

Bei diesem Kriterium wird berücksichtigt, unter welchen Umständen und aus welchen Rohstoffen Produkte erzeugt werden. Es wird auf die Art der Produktion wie zum Beispiel ohne / mit Chemiebehandlung oder ohne/mit Zusatzstoffen usw. geachtet.

Die Verpackung

Mit der Verpackung wird vor allem der optische Eindruck verstärkt. Oft wird damit auch ein Mehr an Inhalt suggeriert. Das Thema Wiedererkennungseffekt (vgl. Marke) spielt ebenfalls eine große Rolle. Manchmal achten Konsument:innen auch darauf, möglichst wenig Verpackung zu kaufen.

Das Sonderangebot

Spezielle Angebote sind oft nur eine gewisse Zeit gültig und verführen viele Menschen zum Kauf. Manche Menschen warten gezielt auf Angebote (z.B. Ausverkauf), um Kosten zu sparen.

Qualität

Qualität ist abhängig von der Kombination aus verschiedenen Teilen und oft ein Verkaufsargu-

ment für einen höheren Preis.

Qualitativ höherwertige Produkte versprechen z.B.

- ⇒ eine längere Haltbarkeit
- ⇒ einen besseren Geschmack
- ⇒ regionale Herkunft
- ⇒ natürliche Rohstoffe
- ⇒ höhere Leistungsfähigkeit

Die Konsequenzen

Manche Menschen berücksichtigen bei ihrem Kauf die Auswirkungen des Kaufs auf sich selbst, auf die Region bzw. auf die gesamte Welt. Handelt es sich z.B. um regionales BIO-Fleisch oder importierte Ware aus Lateinamerika? Wo kommt etwas her? Und wer hat es gemacht bzw. produziert? Wen oder was möchte ich mit meinem Kauf unterstützen? Ist es mir wichtig, wie es den Produzent:innen bei der Arbeit gegangen ist? Häufig hängt dieses Kriterium mit anderen zusammen (z.B. wie z.B. Herkunft, Herstellung oder Qualität).

Der Bedarf

Der Bedarf tritt auf dem Markt als Nachfrage nach einem Wirtschaftsgut (Waren, Dienstleistungen) auf. Bedarf ist ein mit Kaufkraft ausgestattetes Bedürfnis und z.B. abhängig von der Produktart, den Lebensumständen, dem Alter der Person, dem Nutzen des Produkts usw. Güter des täglichen Bedarfs werden dringender benötigt als Produkte des gehobenen Bedarfs. Bedürfnisse entwickeln sich durch Erziehung, Erfahrungen, Vorbilder usw.

Anmerkungen



Farbe	Form
Marke	Preis
Herkunft	Geschmack/Tragekomfort
Werbung	Platzierung im Shop
Gewohnheit	Erinnerungen/Gefühle
Aktualität	Verfügbarkeit
Gruppenbewusstsein	Lebensstil
Herstellung	Verpackung
Technische Ausstattung	Angebot
Qualität	Bedarf
Konsequenzen	

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Deutsch, Religion, Ernährung und Haushalt, Haushaltsökonomie und Ernährung

Unterrichtsphase

- Erarbeitung

Komplexitätsgrad

- Mittel

Anliegen

- Erkennen der weitreichenden globalen Auswirkungen durch einzelne Kaufentscheidungen
- Bewusstsein schaffen für die Produktions- und Lebensbedingungen in anderen Ländern
- Auseinandersetzung mit dem Sinn von fair gehandelten Produkten
- Kennenlernen globaler Handelsabläufe
- Kennenlernen von Initiativen und Organisationen, die sich mit fairer Produktion und fairem Handel auseinandersetzen

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Faire und unfaire Merkmale internationaler Handelsbeziehungen benennen können.
- Die Auswirkungen der Arbeit von Institutionen/Organisationen, die sich für fairen Handel engagieren, benennen können.

Dauer

- Film (Zeitangaben siehe im Punkt Unterrichtsmittel beim jeweiligen Filmtipp)
- Aufarbeitung: Erläuterung der Aufgabenstel-

lung und Gruppeneinteilung ca. 10 Min.

- Präsentation der Ergebnisse: ca. 15 Min.

Unterrichtsmittel

- Kurzfilm: Was ist Fairtrade? 3:50 Min.
⇒ www.youtube.com/watch?v=MrSIKTNRibE
⇒ Der Kurzfilm erklärt am Bsp. Kaffee, wie Fairtrade funktioniert.

Alternative zum Kurzfilm:

- Mein Fairtrade Abenteuer (4 Teile). Die amerikanische Schülerin Tanya besucht Menschen, die Lebensmittel anbauen und verkaufen, um folgende Fragen zu klären:
⇒ Teil 1: Woher kommen unsere Lebensmittel? (7:41 Min.) www.youtube.com/watch?v=aorACzcnNXo
⇒ Teil 2: Worum geht es bei Fairtrade? (8:37 Min.) www.youtube.com/watch?v=dgzrd-ZTM28w
⇒ Teil 3: Was kann ich durch meinen Einkauf bewirken? (7:02 Min.) www.youtube.com/watch?v=wP2hTROX6bl
⇒ Teil 4: Wie profitieren die Kakaobauern von Fairtrade? (9:17 Min.) www.youtube.com/watch?v=D5S4y5QzMUQ

Alternative Filme mit sehr detaillierten und kritischen Darstellungen:

- Planet Wissen – Was ist Fairtrade? (58:56 Min.)
⇒ www.youtube.com/watch?v=_Kui9P8J-QUE
⇒ Ausführliches Interview mit dem Geschäftsführer von Fairtrade Deutschland.
- Nachhaltiger Konsum - Geht öko und fair überhaupt billig? (26:16 Min.)
⇒ www.youtube.com/watch?v=ZXmGhg2gf9l



- Karten für Notizen (z.B. halbes DIN A4 Querformat)
- Plakat- oder Filzstifte
- Klebestreifen oder Magnete und Tafel oder Pinnnägel und Pinwand

Beobachtungsaufgaben dazu sinnvoll sein.

- Die Filme mit ausführlicher und kritischer Darstellung eignen sich für Gruppen, die sich mit der Thematik schon näher beschäftigt haben.

Vorbereitung

- Technik für Filmpräsentation
- Evtl. Notizkarten schneiden

Anmerkungen

Ablauf

- Präsentation des Kurzfilms: Was ist Fairtrade?
- Anschließend wird die Klasse in kleine Gruppen von zwei bis vier Schüler:innen geteilt. Bei einem zweiten Durchlauf des Films haben diese die Aufgabe, Notizen zu machen.
 - ⇒ Die eine Hälfte der Gruppen notiert, was an (internationalen) Handelsbeziehungen unfair sein kann.
 - ⇒ Die andere Hälfte der Gruppen notiert, was an diesen Handelsbeziehungen fair sein kann.
- Als Hilfestellung können die Gruppen noch in Beobachter:innen und Schreiber:innen unterteilt werden.
- Nachdem die Schüler:innen ihre Notizen verfasst haben, werden sie an der Tafel oder an einer Pinnwand präsentiert.
- Abschließend werden die Notizen mit Hilfe folgender Impulsfragen besprochen:
 - ⇒ Fehlen noch wichtige Aspekte?
 - ⇒ Wer beeinflusst faire Handelsbeziehungen bzw. wer ist dafür verantwortlich (z.B. Konsument:innen, Handelsbetriebe, Politik bzw. Gesetzgeber, Produzent:innen)?

Varianten:

- Wird einer der längeren Filme gewählt, ist es wahrscheinlich besser, nur einen Durchlauf zu machen und die Aufgabenstellung davor zu erläutern. Weiters können detailliertere

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Deutsch, Religion, Ernährung und Haushalt, Haushaltsökonomie und Ernährung, Digitale Grundbildung

Unterrichtsphase

- Erarbeitung

Komplexitätsgrad

- Einfach

Anliegen

- Produktvergleich am Beispiel Schokolade hinsichtlich Geschmack, Kalorien, Inhaltsstoffen, Preis, Verpackungsmaterial, Gütesiegel, Herstellungsland und Regionalität
- Kennenlernen von Begriffen, Gütesiegeln und Zertifikaten sowie deren Bedeutung (insbesondere Bio und Fairtrade)

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Verschiedene Schokoladensorten hinsichtlich vorgegebener Kriterien vergleichen können

Dauer

- 45 bis 60 Min.

Unterrichtsmittel

- Die Schüler:innen werden gebeten, für diese Unterrichtseinheit Schokolade in der Originalverpackung mitzunehmen. Ebenso sollten sie den Verkaufspreis dieser Tafel darauf vermerken. Für die Vielfalt an Marken ist auch empfehlenswert, wenn die Lehrkraft das Sortiment durch Fairtrade sowie öster-

reichische Schokoladen vergrößert.

- Internetzugang für jede Gruppe

Vorbereitung

- Das Arbeitsblatt *Schokoladen-Genuss [1]* entsprechend der Gruppenanzahl kopieren.
- Internetzugang und genügend Platz für die einzelnen Gruppen

Ablauf

- Die Schüler:innen teilen sich in Gruppen (ca. drei bis fünf Teilnehmer:innen)
- Jede Gruppe bewertet nun eine mitgebrachte Schokolade anhand des Arbeitsblattes *Schokoladen-Genuss* (alternativ können z.B. auch Plakate gestaltet werden).
- Folgendes soll recherchiert werden:
 - ⇒ Wie bekannt ist die Marke/Sorte der Schokolade?
 - ⇒ Wie viele Kalorien haben 100 g?
 - ⇒ Welche Inhaltsstoffe hat die Schokolade?
 - ⇒ Wie hoch ist der Preis für 100 g?
 - ⇒ Welches Verpackungsmaterial wurde verwendet?
 - ⇒ Wo wurde die Schokolade hergestellt?
 - ⇒ Ist auf der Verpackung ein Gütesiegel oder Zertifikat genannt? Wenn ja, wofür steht dieses?
 - ⇒ Kommt das Wort BIO vor? Wenn ja, was glaubst du, heißt BIO? Was steht auf der Packung?
 - ⇒ Handelt es sich um eine österreichische Marke? Wenn nein, aus welchem Land?
 - ⇒ Als Abschluss wird die Schokolade von jedem Gruppenmitglied verkostet: Persönliche Bewertung des Geschmacks ☺/☹/☹.
- Zur Beantwortung der Fragen kann die Gruppe auch im Internet recherchieren und die Quellen notieren.



- Abschließend präsentiert jede Gruppe ihre Schokolade und gibt eine Gesamtbeurteilung ab. Würden sie das Produkt weiterempfehlen oder eher nicht? Warum?
- Die Lehrkraft ergänzt mit kurzen Fachinformationen, klärt verwendete Begriffe und beendet mit einem abschließenden Blick auf die Gruppenergebnisse.

Ideen zur Weiterarbeit

- Mit dieser Methode kann ein Forschungsauftrag in einem Supermarkt verbunden werden. Hier können die Schüler:innen weitere Recherchen durchführen, z.B. andere Produkte, andere Gütesiegel, welche österreichische Schokolade gibt es? etc.
- Im Anschluss daran kann eine Exkursion bei einem österreichischen Schokoladenhersteller (z.B. Zotter, Zauner, Bachhalm, Wenschitz, BioArt etc.) zur Vertiefung in das Thema und zum Kennenlernen der Praxis organisiert werden.
- Eine andere Möglichkeit wäre, ein Fairtrade-Projekt in Verbindung mit einer Präsentation von gelernten Inhalten in der Schule zu initiieren (Nachforschungen betreiben, ob es bei Produkten, die besonders für Jugendliche interessant sind, wie z.B. Handy, Jeans, etc., fairtrade produzierte gibt, und die Ergebnisse in kreativer Form präsentieren).
- Weiterführendes Material:
z.B. Film der GEPA The Fair Trade Company „Transparente Lieferkette – von der Bohne bis zur Tafel fair (GEPA-Partner gebana Togo)“
www.youtube.com/watch?v=KeLqt6fn0Sg

Anmerkungen

Macht Schokolade glücklich?

Schokolade gehört zu den Lieblingsnaschereien von Kindern, Jugendlichen sowie Erwachsenen. Mittlerweile gibt es unzählige verschiedene Produktvariationen.

Aufgabe

Bewertet in der Gruppe die Schokolade aufgrund der folgenden Fragen. Ihr könnt diese auch noch nach weiteren Gesichtspunkten, die euch relevant erscheinen, prüfen.

KAUFVERHALTEN IN EINER GLOBALEN WELT 8./9. Schulstufe

Schokolade der Marke	Ergebnis der Recherche	Persönliche Bewertung
Wie bekannt ist euch die Schokolade?		
Handelt es sich um Milch-, Bitter- oder Weiße Schokolade? Welche Zutaten sind noch drin, z.B. Nüsse?		
Wie viele Kalorien haben 100 g dieser Schokolade?		
Welche Farbe hat die Verpackung?		
Welche Inhaltsstoffe stehen auf der Verpackung?		
Welches Verpackungsmaterial wurde verwendet?		
Wie hoch ist der Preis für 100 g?		
Wo wurde die Schokolade hergestellt?		
Ist auf der Verpackung ein Gütesiegel oder Zertifikat? Wenn ja, wofür steht dieses?		
Kommt das Wort „Bio“ vor? Wenn ja, was glaubst du, heißt „Bio“? Was steht auf der Packung?		
Handelt es sich um ein Produkt aus Österreich? Wenn nein, aus welchem Land?		
Platz für weitere Fragen		
Abschluss: Verkostung – Wie gut schmeckt die Schokolade? 😊/😊/😊		
Zusammenfassende Bewertung aller Fragen 😊/😊/😊		

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Deutsch, Religion, Ernährung und Haushalt, Haushaltsökonomie und Ernährung

Unterrichtsphase

- Ergebnissicherung

Komplexitätsgrad

- Mittel

Anliegen

- Weltweite Zusammenhänge, die durch die erste Einheit verdeutlicht wurden, werden auf die persönliche Ebene rückbezogen
- Kennenlernen und Bewerten konkreter Umsetzungsmöglichkeiten von Aktionen, die Aspekte der Nachhaltigkeit beinhalten
- Bewusstmachen, dass auch Aktionen einzelner Personen positive Auswirkungen (z.B. auf die Ökologische Säule der Nachhaltigkeit) haben
- Planen von eigenen Aktionen und Hervorheben der persönlichen Handlungsfähigkeit

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Den Nachhaltigkeitsbegriff und die Dimensionen der Nachhaltigkeit definieren können
- Die vorgegebenen Aktivitäten/Aktionen auf dem Arbeitsblatt einordnen und bewerten
- Eine eigene Aktion zum Thema „Aktionen für eine neue Welt“ entwerfen und durchführen

Dauer

- 30 bis 45 Min.

Unterrichtsmittel

- Informationen *Nachhaltigkeit* [1-2]
- Arbeitsblatt *Wir setzen Aktivitäten* [1-2]

Vorbereitung

- Die Informationen *Nachhaltigkeit* [1-2] und das Arbeitsblatt *Wir setzen Aktivitäten* [1-2] der Schüleranzahl entsprechend kopieren.

Ablauf

- Die Informationen *Nachhaltigkeit* werden gemeinsam durchgelesen und eventuell vorhandene Verständnisfragen geklärt.
- Die Schüler:innen bewerten in Einzelarbeit verschiedene Aktionen für einen nachhaltigen Lebensstil anhand des Arbeitsblattes *Wir setzen Aktivitäten*.
- Dabei sollen sie einschätzen, ob die Aktion positive Auswirkungen im Hinblick auf das Drei-Säulen-Modell (vgl. Informationen *Nachhaltigkeit*) hat. In der vierten Spalte kann die jeweilige Aktivität persönlich bewertet werden.
- In der anschließenden gemeinsamen Diskussion tauschen sich die Schüler:innen über ihre Bewertungen aus.
- Hilfreiche Impulsfragen:
 - ⇒ Gibt es Aktionen, die von allen gleich bewertet wurden?
 - ⇒ Bei welchen Aktionen sind unterschiedliche Bewertungen aufgefallen?
 - ⇒ Was ist der Grund für unterschiedliche Bewertungen?
 - ⇒ Welche Aktionen scheinen wichtiger als andere?
 - ⇒ Welche Aktionen kann jede:r leicht durchführen?
 - ⇒ Wie würdet ihr einen nachhaltigen Lebensstil beschreiben?



Was kannst du hier und heute machen?

In der Tabelle stehen einige Vorschläge für Aktionen, die du jederzeit machen kannst. Manche von ihnen sind dazu geeignet, den Verbrauch von Waren oder die Müllberge zu verringern. Andere Aktionen sollen ein besseres Miteinander möglich machen, so dass diese Welt zu einem fröhlicheren Planeten wird.

Aufgabe

Bewerte und kreuze die nachstehenden Aktionen nach den Gesichtspunkten an, ob du die jeweilige Aktion in ökologischer, ökonomischer und/oder sozialer Hinsicht für relevant hältst. Z.B hat die Verwendung von Stofftaschen langfristig gesehen sehr positive Auswirkungen auf die Umwelt, ökonomisch betrachtet könnte auch hier ein neuer großer Wirtschaftszweig erfolgreich sein.

In der vierten Spalte kannst du deine persönliche Bewertung mittels ☺/☹/☹ abgeben.

Aktion	Ökologie	Ökonomie	Soziales	Persönliche Bewertung
Verwendung von Stofftaschen – Verzicht auf Plastiktaschen				
Einem einsamen Kind eine Geschichte vorlesen				
Auf eine Klimaanlage verzichten				
Erste Hilfe lernen und im Notfall anwenden				
Fairtrade-Schokolade kaufen				
Kurze Strecken zu Fuß gehen oder mit dem Rad fahren statt mit dem Auto				
Elektrogeräte ganz ausschalten, nicht in Standbybetrieb belassen				
Handy in einer Sammelstelle abgeben und dadurch wiederverwerten				
Mit jemandem einer anderen Generation (ältere oder kranke Personen, kleine Kinder ...) Zeit verbringen				
Geld (kann auch nur wenig sein) an eine Hilfsorganisation spenden				
Produkte kaufen, die mit wenig Verpackung auskommen				
Etwas Nettes in einer anderen Sprache sagen lernen				
Licht ausmachen, wenn man den Raum verlässt				

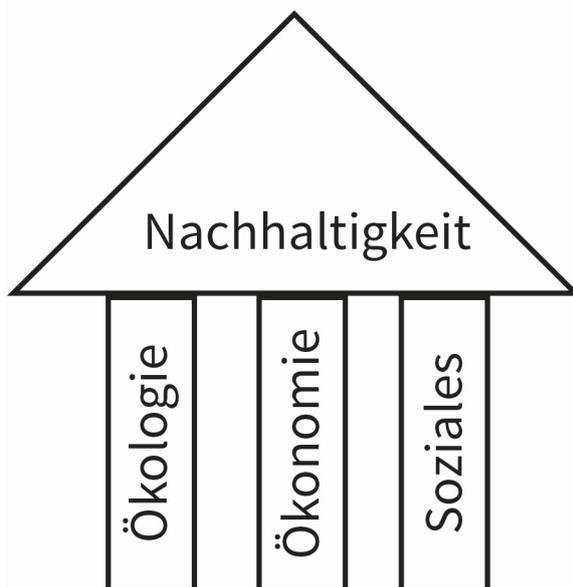


Aktion	Ökologie	Ökonomie	Soziales	Persönliche Bewertung
Mist in den Mülleimer geben und noch dazu getrennt in die richtigen Behälter (Papier, Glas, Kompost ...).				
Dinge ausleihen statt kaufen				
Reparieren statt neu kaufen				
Wasserhahn beim Zähneputzen nicht laufen lassen				
Lebensmittelreste verkochen statt sie wegzuerwerfen				
Regionale Produkte kaufen				
Platz für eigene Ideen				

Anmerkungen

Drei-Säulen-Modell

Unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit ist das Drei-Säulen-Modell ein maßgebendes Konzept in Hinblick auf den Schutz des Menschen und der Umwelt. Dieses geht von der Vorstellung aus, dass nachhaltige Entwicklung nur durch das gleichzeitige und gleichberechtigte Umsetzen von umweltbezogenen, wirtschaftlichen und sozialen Zielen erreicht werden kann. Die drei Aspekte bedingen sich dabei gegenseitig.



Mit diesen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit sind im Wesentlichen gemeint:

- **Ökologische/umweltbezogene Nachhaltigkeit:** Sie orientiert sich am stärksten am ursprünglichen Gedanken, keinen Raubbau an der Natur zu betreiben. Ökologisch nachhaltig wäre eine Lebensweise, die die natürlichen Lebensgrundlagen nur in dem Maße beansprucht, wie diese sich regenerieren.
- **Ökonomische/wirtschaftliche Nachhaltigkeit:** Eine Gesellschaft sollte wirtschaftlich nicht über ihre Verhältnisse leben, da dies zwangsläufig zu Einbußen der nachkommenden Generationen führen würde.

Allgemein gilt eine Wirtschaftsweise dann als nachhaltig, wenn sie dauerhaft betrieben werden kann.

- **Soziale Nachhaltigkeit:** Ein Staat oder eine Gesellschaft sollte so organisiert sein, dass sich die sozialen Spannungen in Grenzen halten und Konflikte nicht eskalieren, sondern auf friedlichem und zivilem Wege ausgetragen werden können.

Quelle: Brundtland-Bericht, Abschlussdokument der vereinten Nationen „Unsere gemeinsame Zukunft“ aus dem Jahre 1987

gekürzt, Deutsch unter www.ecunet.de/fileadmin/mediapool/gemeinden/E_stiftungoekumene/NGO_Oslo_Brundtland_Report.pdf (2024-09-24)
Original, Englisch: www.are.admin.ch/are/de/home/medien-und-publikationen/publikationen/nachhaltige-entwicklung/brundtland-report.html (2024-09-24)

Zukunftsfähig wirtschaften bedeutet also, unseren Nachkommen ein intaktes ökologisches, ökonomisches und soziales Gefüge zu hinterlassen.

Verzichten, Einschränken oder Umdenken?

Unser heutiger Lebensstil hat auch negative Folgen auf Menschen und Umwelt z.B.:

- ⇒ Flugreisen tragen zum Treibhauseffekt bei
- ⇒ der Kauf von Billigprodukten ist möglich, weil Produktionsunternehmen den Arbeitnehmer:innen sehr wenig Lohn bezahlen
- ⇒ CO₂-Emissionen haben einen Klimawandel zur Folge
- ⇒ Gemüse und Obst werden über den ganzen Globus zu den Konsument:innen transportiert
- ⇒ die entstandene Wegwerftradition schafft Müllberge, wodurch z.B. Giftstoffe ins Grundwasser gelangen
- ⇒ usw.

Vielen Menschen ist das mittlerweile bewusst.

Unzählige Bewegungen, Ideen, Projekte, Versuche, Modelle ..., die sich dieses Themas annehmen, erzielen auch Erfolge:

Zum Beispiel werden Großveranstaltungen als Green Event vermarktet.

www.bmk.gv.at/themen/klima_umwelt/nachhaltigkeit/green_events.html (2024-09-24)

Das Prinzip des guten Lebens – ein zentraler Gedanke in der Weltanschauung der indigenen Völker des Andenraumes (Ureinwohner Amerikas) – zielt z.B. auf materielle, soziale und spirituelle Zufriedenheit für alle Mitglieder der Gemeinschaft ab, jedoch nicht auf Kosten anderer Mitglieder und nicht auf Kosten der natürlichen Lebensgrundlagen. Danach sollen z.B. Gesetze und staatliche Investitionen dem Gemeinwohl dienen.

Quelle: https://amerika21.de/analyse/42318/vivir-bien (2024-09-24)

Anmerkungen

Horizontal lines for taking notes.

KAUFVERHALTEN IN EINER GLOBALEN WELT 8./9. Schulstufe



Was tun?

Neue Formen nachhaltigen Lustgewinns bieten Chancen für die persönliche Entfaltung. Selbst wenn jeder Mensch nur einen kleinen Beitrag zur Veränderung der Welt in Richtung Nachhaltigkeit leistet, werden durch diese Vorbildwirkung langfristig positive Auswirkungen spürbar sein. Nach dem Motto „kleine Handlungen haben weitreichende Folgen“ kann sich jeder

- ⇒ erreichbare Ziele setzen sowie
- ⇒ lustvolle Wege zu diesen Zielen finden und
- ⇒ dadurch ein Beispiel geben, z.B. reparieren statt neu kaufen, Lebensmittelreste verkochen statt wegwerfen
- ⇒ usw.

Zeit	Ablauf/Methode	Unterrichtsmittel
<p>15' bis 20'</p>	<p>1. Faire Logos</p> <p>Zur Einführung in die Thematik des fairen Handels werden Logos von unterschiedlichen Initiativen und Organisationen vorgestellt.</p> <p>☺ Zu den Logos werden Assoziationen der Jugendlichen gesammelt und anschließend mit Informationen zu den einzelnen Organisationen ergänzt.</p>	<p>Methode: ⇒ <i>Faire Logos [1]</i></p> <p>Material: ⇒ <i>Bilder [1-4]</i> ⇒ <i>Impulsfragen [1]</i></p> <p>Informationen ⇒ <i>Kurzbeschreibung der Logos [1-3]</i></p> <p>Hintergründe ⇒ <i>Ich kaufe die Welt [1-2]</i></p>
<p>30' bis 40'</p>	<p>2. Warum wir kaufen.</p> <p>Die bewusste Auseinandersetzung mit dem eigenen Kaufverhalten beginnt damit, dass die Teilnehmer:innen unterschiedliche Kaufkriterien kennenlernen und die persönlichen Entscheidungsgründe reflektieren.</p> <p>☺ Plakate mit verschiedenen Kriterien werden im Klassenraum aufgehängt. Die Jugendlichen treffen mittels Klebepunkten ihre persönliche Auswahl für unterschiedliche Kriterien. Im Anschluss wird das Klassenvotum näher besprochen und die individuellen Entscheidungen der Teilnehmer:innen reflektiert. Abschließend erhält jede:r Schüler:in ein Arbeitsblatt, wo zu beliebigen Produkten die persönlichen Kaufkriterien genannt werden.</p>	<p>Methode: ⇒ <i>Warum wir kaufen. [1-2]</i></p> <p>Arbeitsblatt: ⇒ <i>Meine persönlichen Kaufkriterien [1]</i></p> <p>Material: ⇒ <i>Beschreibung der Kaufkriterien [1-2]</i> ⇒ <i>Liste der Kaufkriterien [1]</i></p>



Zeit	Ablauf/Methode	Unterrichtsmittel
25' + Film- länge	<p>3. Fairtrade</p> <p>Mit Hilfe eines Films werden Produktionszusammenhänge und die Folgen von Kaufentscheidungen aufgezeigt. Darüber hinaus werden Sinn und Zweck von fair gehandelten Produkten sichtbar.</p> <p>☺ Beim Ansehen eines Films zum Thema Fairtrade notieren sich die Schüler:innen faire und unfaire Aspekte von internationalen Handelsbeziehungen. Diese und die Rolle der in den Handelsbeziehungen beteiligten Gruppen (z.B. Konsument:innen, Handelsbetriebe, Politik bzw. Gesetzgeber, Produzent:innen) werden abschließend besprochen.</p>	<p>Methode:</p> <p>⇒ Fairtrade [1-2]</p>
30' bis 45'	<p>4. Aktionen für eine neue Welt</p> <p>Ziel dieser Methode ist, die Jugendlichen erst gedanklich, dann praktisch dahin zu führen, dass jede:r Einzelne einen Beitrag zur Veränderung leisten kann.</p> <p>☺ Nach einer Einführung zum Thema Nachhaltigkeit nehmen die Jugendlichen eine persönliche Bewertung möglicher Aktionen nach ökologischen, ökonomischen und/oder sozialen Gesichtspunkten vor. Abschließend haben die Schüler:innen die Möglichkeit, eigene Aktionen zu planen und umzusetzen.</p>	<p>Methode:</p> <p>⇒ Aktionen für eine neue Welt [1-2]</p> <p>Arbeitsblatt:</p> <p>⇒ Wir setzen Aktivitäten [1-2]</p> <p>Informationen:</p> <p>⇒ Nachhaltigkeit [1-2]</p>

Medieninhaber und Herausgeber:

Offenlegung gemäß § 25 Mediengesetz
Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz
Stubenring 1
1010 Wien
Telefon: +43 1 7 11 00 – 862501

Für den Inhalt verantwortlich:

Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz
Sektion Konsumentenpolitik und Verbrauchergesundheit
Stubenring 1
1010 Wien
E-Mail: verbraucherbildung@sozialministerium.at

Erstellt von:

SCHULDNERHILFE OÖ

Stockhofstraße 9
4020 Linz
Telefon: +43 732 77 77 34
E-Mail: linz@schuldner-hilfe.at
Web: www.schuldner-hilfe.at

Herstellungsort: Wien.

Alle Rechte bleiben vorbehalten.

Ein Nachdruck ist ausschließlich zu nichtkommerziellen Zwecken und nur unter Quellenangabe gestattet.

Bildnachweis: Wie jeweils angeführt. Alle Rechte vorbehalten. (Auch Titelbild.)

Haftungsausschluss:

Die Informationen der Unterlagen wurden sorgfältig geprüft und recherchiert. Es wird jedoch keine Gewährleistung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte übernommen.

Haftung für Links:

Es wird darauf hingewiesen, dass wir auf Inhalte angeführter Links keinen Einfluss haben und daher auch keine Haftung dafür übernehmen können. Diese Links wurden sorgfältig geprüft und werden regelmäßig aktualisiert. Jedoch kann keine Gewährleistung dafür übernommen werden, dass alle Angaben zu jeder Zeit vollständig, richtig und in letzter Aktualität dargestellt sind. Dies gilt insbesondere für alle Verbindungen („Links“) zu anderen Websites, auf die direkt oder indirekt verwiesen wird.