

GLOBALES LERNEN IN DER FREIEN WOHLFAHRTSPFLEGE

Methoden und Material
für die non-formale Bildungsarbeit



5

VORWORT

EINLEITUNG

7

ÜBER DIE IMPERIALE LEBENSWEISE

8

ÜBER GLOBALES LERNEN

12

ÜBER BILDUNG FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

15

ÜBER GLOBAL CITIZENSHIP EDUCATION

19

GLOBALE ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

21

LITERATUR-, MATERIAL- UND LINKTIPPS

22

METHODENÜBERSICHT UND AUFBAU DER METHODEN

24

DIE GROBE TRANSFORMATION –
ZUKUNFT HEUTE MITGESTALTEN

ES IST GENUG FÜR ALLE DA –
DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

40

Schwerpunkt: Ernährungsgerechtigkeit,
Flächenkonkurrenz und Klimawandel

53

Schwerpunkt: Welthandel – Fairer Handel?

64

Schwerpunkt: Lebensmittelverschwendung

77

SAUBERE KLEIDUNG? – SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE
KOSTEN UNSERER BILLIGEN KLEIDUNG AUFDECKEN

86

DUSCHGEL, SCHOKO-CREME,
REGENWALD?

Solidarität, Toleranz, Freiheit, Gerechtigkeit und Gleichheit – die Grundwerte der AWO gelten über Grenzen hinweg. Ausgehend von diesen Werten fördert AWO International als Fachverband der Arbeiterwohlfahrt Projekte in der Entwicklungszusammenarbeit und der humanitären Hilfe. In Kooperation mit lokalen Partnerorganisationen setzt sich AWO International dafür ein, dass benachteiligte Menschen ihre Lebensumstände nachhaltig verbessern können. Im Falle von Katastrophen engagiert sich AWO International in der humanitären Hilfe und unterstützt schnell und unbürokratisch die betroffene Bevölkerung. AWO International stützt sich dabei auf die fast 100-jährige Fachkompetenz der Arbeiterwohlfahrt.

Im Inland engagiert sich AWO International, um die Themen Solidarität, Gerechtigkeit, Globalisierung und Fairer Handel ins Bewusstsein der Menschen zu bringen. AWO International macht sich für den Fairen Handel stark und bietet eigene fair gehandelte und ökologisch hergestellte Produkte an.

Im Rahmen unseres entwicklungspolitischen Bildungsangebots informieren wir über Herausforderungen und Chancen der Globalisierung. Wir sensibilisieren für globale Abhängigkeiten und Zusammenhänge und möchten gemeinsam über alternative Handlungsmöglichkeiten nachdenken. Dazu veranstalten wir Seminare, Workshops und bieten Bildungsmaterial an.



International e.V.

VORWORT

Erfahrungsgemäß wird Bildungsarbeit aus allen gesellschaftlichen Bereichen vor hohe Erwartungen gestellt. Sie soll – und kann – viel leisten: Kompetenzen der Lernenden stärken, Wertesysteme bilden und festigen, Aufmerksamkeit auf bestimmte Themen lenken, Fachkräfte bilden, Beschäftigungsfähigkeit sichern – um nur einige zu nennen. Lernende bewegen sich dabei in einer Gesellschaft, die von Globalisierung, Entgrenzung, Digitalisierung, Kommunikation, zunehmender Vielfalt und Wertpluralismus geprägt ist. Diese Entwicklung hat gegenwärtig positive und negative Folgen: Während wir, global betrachtet, uns in Wohlstand, sicherer Versorgungslage und dank zunehmender gesellschaftlicher Freiheit mehr und mehr verwirklichen können, lagern wir die sozialen und ökologischen Folgen dieses Lebensstils zunehmend global aus. Im Wochentakt rücken Herausforderungen („Klimawandel“, „Plastik im Meer“, „Feinstaub“ etc.) in den Mittelpunkt unserer Aufmerksamkeit und zeigen, dass wir uns gemeinsam mit diesen mittel- und langfristigen Folgen auseinandersetzen und nachhaltige Lösungen finden müssen. Wir denken, dass entwicklungspolitische Bildungsarbeit dazu einen entscheidenden Beitrag leisten kann, um Lernende für das „globale Zeitalter“ ‚fit‘ zu machen:

- Durch eine Horizonterweiterung auf den weltgesellschaftlichen Kontext unseres Alltags
- Durch das Hinterfragen des unbegrenzten, ressourcenintensiven und konkurrenzgetriebenen Wachstumsparadigmas
- Durch Reflexion der sozialen und ökologischen Kosten unseres Konsums und der damit verbundenen Privilegien
- Durch Persönlichkeitsentwicklung der*des Lernenden
- Durch Handlungsorientierung hin zur gesellschaftsverändernden Praxis

Die Grundlage dafür ist vorhanden: Beim Blick auf die Gerechtigkeit in der Welt fällen 94 Prozent der Bevölkerung in Deutschland ein klares Urteil. Sie vertreten die Ansicht, dass es global ungerecht zugeht – und dass die Lage nicht besser wird: 49 Prozent finden, dass diese Verhältnisse in den letzten zehn Jahren ungerechter geworden sind; 38 Prozent sehen keine Veränderung¹. Dieser Reader kann Bildner*innen im Kontext der freien Wohlfahrtspflege dabei behilflich sein, globale Ungerechtigkeit – vor allem in Verbindung mit Konsum- und Verteilungsmustern – zu thematisieren und bietet vielfältige Methoden für die non-formale Bildungsarbeit mit Jugendlichen und Erwachsenen.



Ingrid Lebherz

AWO International e. V.

¹ Gerechtigkeitsfragen spalten die Deutschen, NDR, 2018

Niko Paech spricht sich in seinem Modell der Postwachstumsökonomie für eine Reduzierung von Wertschöpfungsprozessen und für eine Stärkung von Selbstversorgungssystemen aus. Dabei behandelt er nicht nur Wirtschaftsprozesse von Konzernen, sondern zeigt zudem historisch gewachsene Mechanismen sowie Grundannahmen auf, die uns glauben lassen, dass das Konsumieren unser Recht sei. Gleichzeitig stellt er dar, dass der stetig anhaltende Konsumwunsch zu Zeitmangel sowie Umweltzerstörung führt. Außerdem hält er grünes Wachstum und nachhaltigen Konsum für keine Alternativen, da dafür weiterhin Ressourcen genutzt werden und „im Energiebereich sogar zu manchen Verschlimmbesserungen geführt haben“.

Für weitere Informationen: Paech, Niko (2016); Befreiung vom Überfluss. Auf dem Weg in die Postwachstumsökonomie, oekom Verlag, München 2012.

ÜBER DIE IMPERIALE LEBENSWEISE

Die „Imperiale Lebensweise“ ist eine Bezeichnung für den gegenwärtigen, für unsere Gesellschaft typischen Lebensstil: Indem wir – die im globalen Vergleich vermögende und konsumierende Klasse im Globalen Norden und Süden – die zerstörerischen Folgen unseres ressourcen-intensiven Lebensstils „externalisieren“, also auslagern, können wir sie ausblenden. Wir muten anderen Ländern und Gesellschaften zu, dass vor allem die industrielle Produktion unserer Konsumgüter massive Auswirkungen auf die Lebensqualität, Gesundheit und das Ökosystem hat.

„Fast alle Menschen sind darin verstrickt, zum Beispiel, weil sie arbeiten und konsumieren, um ihr (Über-)Leben zu sichern – und sich so an unfairen Produktionsbedingungen beteiligen. Die imperiale Lebensweise steckt in unserem alltäglichen Handeln und unserem Denken genauso wie in der Güterproduktion, in Infrastrukturen und politischen Entscheidungen. Ihre Allgegenwart und Normalität macht sie stabil.“

Das Gute Leben für Alle, I.L.A. Kollektiv, S. 16 (2019)

Aber warum können sich die einen die Produkte der Arbeit anderer überproportional aneignen und überdurchschnittlich viele natürliche Ressourcen verbrauchen? Welche Mechanismen gewährleisten dies? Warum funktioniert diese Lebensweise nur, solange teilweise extreme Ungleichheit innerhalb und zwischen diesen Gesellschaften herrscht – und obwohl viele Menschen diese Art zu leben moralisch ablehnen?

„Die Bequemlichkeiten und Anreize der imperialen Lebensweise wirken für viele Menschen sehr anziehend. Sie erscheint als Ideal eines modernen und komfortablen Lebens, in dem Konsumgüter jederzeit verfügbar sind. Ob Auto, Reisen,

Smartphone, Kleidung – wer all das hat, findet es normal; wer es (noch) nicht hat, empfindet das Streben danach als normal. Fast alle Bedürfnisse werden in der imperialen Lebensweise durch Konsum befriedigt und Wohlstand wird oft so verstanden, dass immer mehr Konsum überall auf der Welt allen zusteht. Wir kaufen, weil es möglich und gesellschaftlich anerkannt ist.“

Das Gute Leben für Alle, I.L.A. Kollektiv, S. 17 (2019)

Im Rahmen entwicklungspolitischer Bildungsarbeit ist es wichtig, stets auf Mechanismen und Strukturen aufmerksam zu machen, die „Normalität“ erzeugen und reproduzieren. Deshalb finden sich einige Grundannahmen des Konzepts „Imperiale Lebensweise“ in den Methoden wieder:

- Weniger Konsum ist immer noch Konsum
- Grüner Konsum ist immer noch Konsum
- Fairer Konsum ist immer noch Konsum

Wir möchten dieses neue und viel diskutierte Konzept in den Mittelpunkt unseres entwicklungspolitischen Bildungsangebots rücken, da wir in der Überwindung der „imperialen Lebensweise“ einen Schlüssel zur Gestaltung einer solidarischen, nachhaltigen Lebensweise – hier und überall – sehen. Folgende Grundfragen helfen dabei, einen konsumkritischen Workshop inhaltlich auszurichten:

- Was brauchen wir (aber auch unsere Kinder, Enkel, Urenkel, Ur-ur-Enkel) eigentlich zum Leben?
- Was davon „brauchen“ wir aufgrund von Werbung und aktueller Werte und Normen – was davon ist Konsum als Lebensinhalt in der Konsumgesellschaft?
- Wie hoch sind die tatsächlichen sozialen und ökologischen Kosten der Produkte, die wir brauchen?

Quellen/Literaturtipps

- Imperiale Lebensweise: Zur Ausbeutung von Mensch und Natur in Zeiten des globalen Kapitalismus, Ulrich Brand/Markus Wissen (2017)
- Neben uns die Sintflut: Die Externalisierungsgesellschaft und ihr Preis, Stephan Lessenich (2017)
 - Unsere imperiale Lebensweise – Rezension, Udo Brandes/Nachdenkseiten (2017)
 - Warum die imperiale Lebensweise die Klassenfrage ausblenden muss, Thomas Sablowski/Luxemburg Gesellschaftsanalyse und linke Praxis (2018)

ÜBER GLOBALES LERNEN

Globales Lernen ist eine pädagogische Antwort auf die Herausforderungen der globalisierten Welt. Globales Lernen fokussiert auf soziale Gerechtigkeit und somit auf die weltweite Durchsetzung politischer, sozialer und ökonomischer Menschenrechte. Die Wechselwirkung zwischen lokaler und globaler Ebene steht thematisch im Zentrum des Globalen Lernens. Es entstand aus der entwicklungspolitischen Bildung und beinhaltet Ansätze der Friedensbildung, Bildung in Vielfalt/Diversity Education und der Bildung für nachhaltige Entwicklung. Das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung und die völkerrechtlich bindenden internationalen Menschenrechtsverträge sind die Basis des globalen Lernens. In diesem Zusammenhang hat die Auseinandersetzung mit Rassismus einen besonderen Stellenwert. Laut dem BMZ-Konzept 159 - Entwicklungspolitische Informations- und Bildungsarbeit (2008) zielen Maßnahmen, die über das „Förderprogramm Entwicklungspolitische Bildung“ (Engagement Global) gefördert werden können, darauf ab:

- Interesse an sogenannten „Entwicklungsländern“ zu wecken und globale Zusammenhänge und ihre Einflüsse auf den einzelnen Menschen aufzuzeigen,
- die Auseinandersetzung mit dem Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung und dessen Verwirklichung zu fördern,
- zur aktiven Beteiligung an einer sozial verantwortlichen Gesellschaft in der globalisierten Welt zu mobilisieren,
- entwicklungspolitisches Engagement der Bürger*innen zu unterstützen.

Methodisch-didaktisch hat Globales Lernen eine ganzheitliche Lernerfahrung zum Ziel, die sich nicht darauf beschränkt, Wissen zu vermitteln oder Empathie zu wecken. Ein Sachverhalt oder eine Problematik von globaler Bedeutung soll durch die Teilnehmenden zunächst erkannt (Aufmerksamkeit für ein Thema, Wissensvermittlung) und dann bewertet (im eigenen Wertesystem verorten, Reflexion) werden. Aus der wertebundenen Beurteilung kann ein Impuls zum Handeln erfolgen, der durch den Workshop unterstützt wird: Was kann ich tun, damit sich der Sachverhalt oder die Problematik ändert?

ERKENNEN

- Informationsbeschaffung und-verarbeitung
- Erkennen von Vielfalt
- Analyse des globalen Wandels
- Unterscheidung von Handlungsebenen

BEWERTEN

- Perspektivenwechsel und Empathie
- Kritische Reflexion und Stellungnahme
- Beurteilen von Entwicklungsmaßnahmen

HANDELN

- Solidarität und Mitverantwortung
- Verständigung und Konfliktlösung
- Handlungsfähigkeit im globalen Wandel
- Partizipation und Mitgestaltung

Aus: Orientierungsrahmen für den Lernbereich Globale Entwicklung, BMZ/KMK (2017)

Dabei ist es wichtig, komplexe und kontroverse globale Verhältnisse in ihrer Komplexität abzubilden: Komplexität und Kontroverse sind zumutbar! Wir können nicht einfache, lokale Lösungen finden, um komplexe, globale Probleme zu lösen. Deshalb spielt auch die Stärkung der

Unsicherheits- oder Ungewissheitstoleranz der Teilnehmenden eine wichtige Rolle: Damit ist die Fähigkeit gemeint, mehrdeutige Situationen und widersprüchliche Handlungsweisen zu ertragen und abzuwägen.

WAS MEINEN WIR EIGENTLICH, WENN WIR „ENTWICKLUNGSLAND“ SAGEN?

Woran wird „Entwicklung“ eigentlich gemessen?

Eine problematische Grundannahme hierbei ist ein vorherrschendes Verständnis davon, in welche Richtung und mit welchem Ziel gesellschaftliche Veränderungen angestoßen oder begleitet werden.

Hierbei wird oft davon ausgegangen, dass alle Gesellschaften und Länder weltweit den ausgetretenen Pfaden der Industriestaaten des Globalen Nordes folgen möchten oder sollen. In der alltäglichen Nutzung werden lediglich Defizite der sogenannten „Entwicklungsländer“ betont und eine globale Spaltung zwischen „unterentwickelten“ und „entwickelten“ Gesellschaften gedanklich aufrechterhalten. Dieses Denken vernachlässigt, komplizierte und miteinander verknüpfte Ursachen von global ungleich verteilten Ressourcen, Chancen und Lebensstandards aufzuzeigen. Darüber hinaus werden individuelle Strategien zur Existenzsicherung von materiell armen Menschen, die nicht der kapitalistischen Marktlogik entsprechen, nicht gewürdigt, sondern als „unwissend“ und „unterentwickelt“ betitelt. „Wir“ als „entwickelte“ Länder aber können uns als wissende Helfer*innen präsentieren, die den Globalen Süden dabei unterstützen, so zu werden wie „wir“. Um dieses innewohnende Machtverhältnis sprachlich aufzuheben, wird gegenwärtig vom Globalen Norden und Globalen Süden gesprochen.

Möchten Sie sich zum ersten Mal intensiver mit dem vielgebrauchten Begriff des Globalen Lernens und seinen Inhalten auseinandersetzen? Oder möchten Sie neuere Artikel zum Thema Bildung für nachhaltige Entwicklung einsehen, um die aktuellen Diskussionen mit zu verfolgen?
Das EWIK - Portal Globales Lernen bietet eine Datenbank, die laufend aktualisiert wird: <https://bit.ly/2ESusld>

Risiken und Nebenwirkungen

Angebote im Globalen Lernen können – unbeabsichtigter Weise – negative Effekte haben, die Vorurteile verstärken, Annahmen bestätigen und Rassismen reproduzieren. Die Beziehungen zwischen dem Globalen

Norden und Globalen Süden sind von Asymmetrien und jahrhundertealten angeblichen Wahrheiten geprägt. Wenn wir mit Teilnehmenden globale Themen behandeln, müssen wir das „historische Gepäck“ des Themas

CHECKLISTE

POSTKOLONIALE PERSPEKTIVEN AUF GLOBALES LERNEN

Globales Lernen – Handbuch für Referent*innen, EPIZ Berlin e. V. (2013)

In unserer Definition zu Globalem Lernen schreiben wir: [...] Globales Lernen achtet darauf, Machtgefälle und Diskriminierung kritisch zu thematisieren [...] in diesem Zusammenhang hat die Auseinandersetzung mit Rassismus einen besonderen Stellenwert [...]

In den vergangenen Jahren wurde aus Rassismus-kritischer und post-kolonialer Perspektive vermehrt Kritik am Konzept des Globalen Lernens geäußert. Wir nehmen diese Kritik ernst und befinden uns selbst in einem Prozess der Auseinandersetzung. Wir möchten dich einladen, dich ebenfalls mit diesen Fragestellungen und ihren Implikationen für deine Bildungsarbeit zu beschäftigen, z. B.:

- Was sind meine persönlichen Bezüge zu Rassismus, Kolonialismus und globaler (Un-)Gerechtigkeit?
 - Wen spreche ich mit meinem Bildungsangebot an?
 - Welche Perspektiven bringe ich ein?
 - Wie bette ich mein Thema historisch ein?
 - Wie spreche ich über mein Thema?
 - Wie stelle ich Akteure dar?

Dafür reicht die angehängte Checkliste von Vanessa de Oliveira Andreotti natürlich nicht aus. Für eine vertiefende Lektüre, die den Stand der Diskussion zu diesem Thema widerspiegelt, möchten wir gerne auf die aufgelisteten Bücher und Artikel verweisen. Dennoch können dir die angehängten Fragestellungen als Analysewerkzeug für dein eigenes Konzept weiterhelfen:

Literaturtipps

- Glocal e. V., 2013, Bildung für nachhaltige Ungleichheit
- Bernd Overwien, 2013, Die Critical Whiteness Kritik am Globalen Lernen wird ihrem Gegenstand nicht gerecht
 - Georg Krämer, 2013, Augen zu vor der Schuld der Anderen
 - Iz3w, Ausgabe 2012, Globales Lernen mit Defiziten – alles so schön bunt hier
- Vanessa Andreotti, Postcolonial Perspectives on Global Citizenship Education, 2011
- Von Trommlern und Helfern – Beiträge zu einer nicht-rassistischen entwicklungs-politischen Bildungs- und Projektarbeit, 2011
 - Develop-Mental Turn – Beiträge zu einer nicht-rassistischen entwicklungs-politischen Bildungs- und Projektarbeit, 2013
 - Einige der Veröffentlichungen sind in der EPIZ-Mediathek zu finden: www.epiz-berlin.de

anerkennen und unsere Ziele so setzen, dass entwicklungs- und bildungspolitische Bildungsangebote Mechanismen und Strukturen verdeutlichen und die „Schuld“ im Endergebnis nicht auf Einzelne (Individuen, „die Wirtschaft“,

„die Politik“ etc.) abgewälzt wird. Folgende „Checkliste“ kann dabei behilflich sein, Ziele für Veranstaltungen zu formulieren und in auswertenden Diskussionen Aussagen der Teilnehmenden zu strukturieren:

HEGEMONIE/

VORHERRSCHAFT

Überlegenheit legitimieren
und Dominanz unterstützen

- Wird die Idee vermittelt, dass eine bestimmte Gruppe von Menschen Lösungen entwickelt und durchsetzen kann, die für alle gelten?
- Werden Menschen dazu eingeladen, über ihre eigenen Grenzen/Mängel/Fehler und Unzulänglichkeiten nachzudenken?

ETHNOZENTRISMUS

Eine Sichtweise als
universell ansehen

- Wird unterstellt, dass Menschen, die nicht mit dieser Sichtweise einverstanden sind, unmoralisch oder ignorant sind?
- Wird anerkannt, dass es andere Sichtweisen auf das Thema gibt?

AHISTORIZISMUS

Vergessen von geschichtlichen
Vermächtnissen und
Mittäter*innenschaft

- Wird ein gegenwärtiges Problem dargestellt, ohne auf die geschichtlichen Hintergründe einzugehen und ohne zu thematisieren, wie »wir« darin verwickelt sind?
- Wird eine komplexe geschichtliche Analyse in Bezug auf das Thema angeboten?

DEPOLITISIERUNG

Nichtanerkennung von
Machtungleichheiten und
ideologischen Ursachen

- Wird das Problem/die Lösung dargestellt, ohne die damit verbundenen Machtverhältnisse und dahinter liegende Ideologien in den Blick zu nehmen?
- Wird die eigene ideologische Verortung anerkannt und eine umfassende Analyse von Machtverhältnissen angeboten?

BEDÜRFNIS NACH HEILBRINGUNG

Hilfe als die Bürde/Aufgabe
des Stärkeren formulieren

- Werden die Betroffenen als hilflose Opfer von lokaler Gewalt oder Schicksalsschlägen dargestellt und die Helfenden als global berufen und fähig, die Menschheit zu Ordnung, Fortschritt und Eintracht zu führen?
- Wird anerkannt, dass das Verlangen danach, besser als andere/anderen überlegen zu sein und dass das aufgezwungene Bestreben von singulären Konzepten von Fortschritt und Entwicklung, historisch gesehen, Teil des Problems ist?

UNKOMPLIZIERTE LÖSUNGEN

Anbieten von einfachen
Lösungen, die keine strukturellen
Änderungen erfordern

- Werden vereinfachende Analysen und Antworten angeboten, die nicht dazu einladen, sich mit Komplexität zu beschäftigen oder tiefergehend über das Thema nachzudenken?
- Wird eine komplexe Analyse des Problems angeboten, die die möglichen negativen Auswirkungen der vorgeschlagenen Lösung einbezieht?

PATERNALISMUS

Suche nach Bestätigung der
eigenen Überlegenheit durch
die Bereitstellung von Hilfe

- Werden »Hilfsbedürftige« als Menschen dargestellt, denen es an Bildung, Ressourcen und Zivilisation/Kultur mangelt und die für unsere Hilfe dankbar sein sollten?
- Werden »Hilfsbedürftige« als Menschen dargestellt, die dazu berechtigt sind, ihren »Rettern« zu widersprechen und ermächtigt sind, andere Lösungen umzusetzen, als ihre »Helfer*innen« im Sinn hatten?

ÜBER BILDUNG FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG (BNE)

Globales Lernen und „BNE“ werden auch heute nicht trennscharf unterschieden und oft gleichbedeutend benutzt. Bildung für nachhaltige Entwicklung hat unseres Erachtens einen Schwerpunkt auf Umweltbildung, während Globales Lernen die sozialen Herausforderungen der Globalisierung in den Blick nimmt. Ein verbindendes Element sind die Globalen Ziele für

nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen: Die sogenannten SDG (Sustainable Development Goals) werden sowohl in der Bildung für nachhaltige Entwicklung und im Globalen Lernen benutzt. Außerdem haben sowohl BNE als auch Globales Lernen zum Ziel, bestimmte Schlüsselkompetenzen zu fördern:

SYSTEMISCHES DENKEN

Globalisierung und Digitalisierung gestalten eine komplexe Welt, die von Entgrenzung und Vielfalt gekennzeichnet ist. Systemisches Denken beschreibt die Fähigkeit, sich verändernde Beziehungen zwischen unterschiedlichen Akteur*innen zu erkennen und zu verstehen, komplexe Systeme zu analysieren und mit Ungewissheit umzugehen.

BEFÄHIGUNG ZUR VORAUSSICHT

Eines ist sicher: Die Welt wird sich weiterhin verändern. Veränderung kann stets positive, neutrale und negative Effekte auf unser Leben haben. Vorausschauendes Denken meint, sich auf Veränderung einzustellen und sich eine wahrscheinliche, mögliche und erwünschte Zukunft vorzustellen. Es hilft, die Bedeutung zukünftiger Folgen unseres heutigen Handelns auf uns und andere zu erkennen und einzuschätzen.

BEFÄHIGUNG ZUR MASSGABE

Die Grundlage für normatives Denken bildet die Fähigkeit, Normen und Werte, die dem eigenen Handeln zugrunde liegen, zu verstehen. Lernende müssen während Interessens- und Zielkonflikten unterschiedliche oder sich widerstrebende Werte, Normen, Prinzipien und Ziele gegeneinander abwägen.

STRATEGISCHES UND INNOVATIVES DENKEN

Die Befähigung dazu, gemeinsam mit anderen neue Handlungsansätze zu entwickeln, die Nachhaltigkeit auf lokaler Ebene umsetzen.

BEFÄHIGUNG ZUR ZUSAMMENARBEIT

Lernende stärken die Fähigkeit, füreinander Empathie zu entwickeln, also um die Bedürfnisse, Perspektiven und Handlungsweisen von anderen Menschen zu verstehen, zu respektieren, zu berücksichtigen und diesen entgegenzukommen. Sie können voneinander lernen und zusammenarbeiten. In Konfliktsituationen können sie gemeinschaftliche und partizipative Lösungsansätze entwickeln.

ICHBEWUSSTSEIN

Lernende können ihre eigene Rolle in der lokalen Gemeinschaft oder einer globalen Gesellschaft einordnen. Sie sind sich ihrer Privilegien und/oder Benachteiligungen bewusst, kennen ihre Rechte und entwickeln Handlungsansätze. Sie kennen ihre Ressourcen, um auch in schwierigen oder unbekanntem Situationen nicht zu resignieren.

BEFÄHIGUNG ZUR GANZHEITLICHEN PROBLEMLÖSUNG

Komplexe Probleme brauchen unterschiedliche Lösungen: manchmal sehr einfache, manchmal sehr radikale. Die Fähigkeit, machbare, inklusive und gerechte Lösungen zu finden, die unterschiedliche Lösungsansätze integrieren oder gegenseitig ergänzen, ist eine wichtige Kompetenz, um nachhaltig zu handeln.

GANZHEITLICHE PROBLEMLÖSUNG: ALS DIE FRECHEN AFFEN IN DIE STADT KAMEN

Eines Tages sah man einen Affen in der Stadt. Er sprang von Garten zu Garten, auf die Obstbäume und die Mülltonnen. Er suchte auf dem Wochenmarkt nach Essensresten und spähte in die Hühnerställe, ob er ein Ei erwischt. Einige Wochen später waren es schon zwei Affen. Einige Monate spätere mehrere Hundert. Und ein Jahr später waren so viele Affen in der Stadt, dass zwischen den Stadtbewohner*innen ein Streit ausbrach. „Das ist eine Pest“, sagten die einen. „Ständig müssen wir Fenster und Türen schließen, sonst kommen die Affen rein! Und unsere Obstbäume mit Netzen schützen!“ „Einer hat einen Hund gebissen!“ „Sie stehlen die Hühnereier und das Obst von den Bäumen!“ „Bestimmt sind sie krank, wir müssen vorsichtig sein!“ Die anderen meinten: „Es gibt kaum noch Affen! Sie sind doch vom Aussterben bedroht!“ „Wenn wir sie richtig füttern, gewöhnen sie sich an uns und stehlen nichts mehr aus den Gärten und Mülltonnen!“ „Es ist grausam, sie einzufangen oder sogar zu töten!“ Doch nur wenige überlegten sich, woher die Affen eigentlich kamen? Wo lebten sie vorher? Was trieb sie in die Stadt? Diese Affen ernähren sich von Obst und Blumen, von Pollen und Nektar, Rinde, Gummi, Wurzeln, Samen, Gräsern und Eiern. In der Umgebung der Stadt wurden in den letzten Jahren viele Wälder gerodet und es gab immer mehr Felder. Einigen wurde bewusst, dass die Affen nur in die Stadt gekommen sind, weil sie hier mittlerweile mehr zum Leben finden, als in ihren ursprünglichen Waldgebieten. Die langfristige Lösung, um die Affen aus der Stadt zu halten, lag also in der Wiederaufforstung der Umgebung mit einheimischen Bäumen. Solange die Bäume wachsen, helfen kurzfristige Lösungen: Futterstellen außerhalb von Siedlungsgebieten, Schutznetze für Obstbäume, abgeschlossene Müllstellen und das Einfangen und Heilen von kranken und verwundeten Tieren.

Emeritus Prof. Rob O'Donoghue, Environmental Learning
Research Centre (ELRC), Faculty of Education, Rhodes University
(Makhanda, Südafrika) – Mitglied im ESD Expert Net Südafrika

PLANETARE GRENZEN

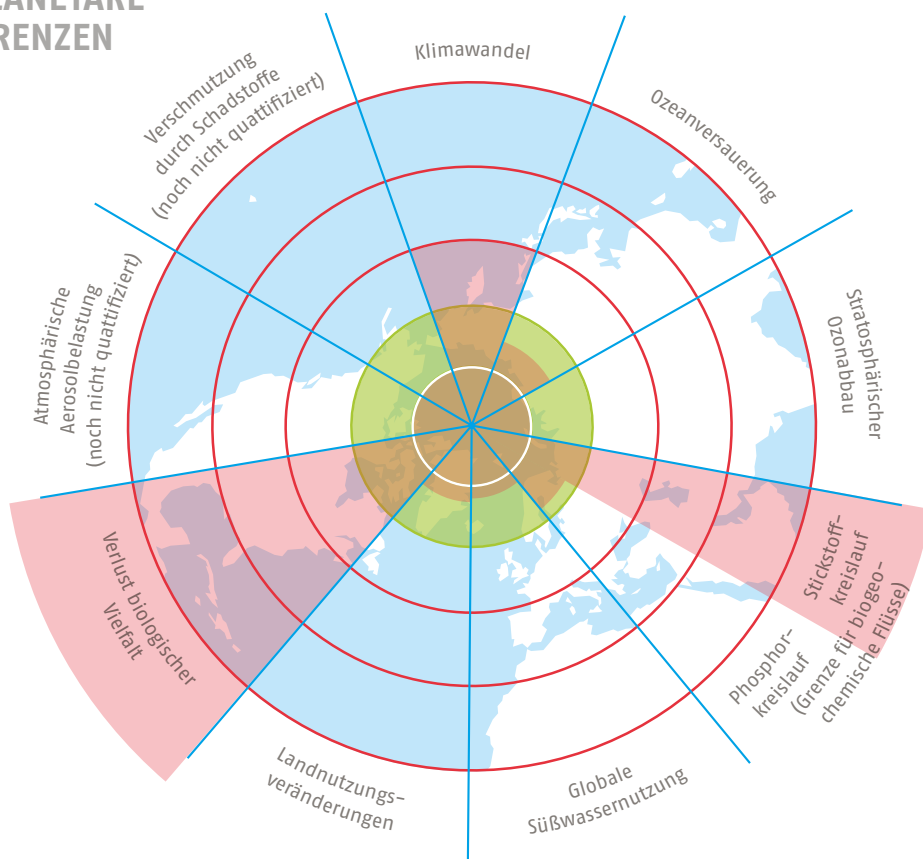
Dieses Konzept bezeichnet ökologische Grenzen dieser Erde, deren Überschreitung die Stabilität des Ökosystems und die Lebensgrundlagen der Menschheit gefährdet. Von den derzeit neun planetaren Grenzen, die einen sicheren Handlungsspielraum für die Menschheit festlegen sollen, sind mehrere bereits überschritten. Weitere Informationen: <https://bit.ly/2NMzsAG> (Deutscher Naturschutzring)

GANZHEITLICHER INSTITUTIONELLER ANSATZ – WHOLE INSTITUTION APPROACH

Lernorte entfalten ihre volle Innovationskraft, wenn sie ganzheitlich arbeiten – das heißt Nachhaltigkeit als

ganze Institution rundum in den Blick nehmen. Der Lernort orientiert die Bewirtschaftung der eigenen Institution an Prinzipien der Nachhaltigkeit, indem beispielsweise Lernende, Lehrende und Verwaltungsmitarbeitende bewusst mit Energie und Ressourcen umgehen, einen Garten pflegen oder für die Verpflegung regionale und fair erzeugte Bio-Produkte bevorzugen. Auch Weiterbildungsmaßnahmen für Lehrende aber auch für Verwaltungsmitarbeitende gehören dazu und das Einbinden aller in Entscheidungsprozesse. Lernorte mit ganzheitlichem Ansatz kooperieren darüber hinaus mit der kommunalen Verwaltung und weiteren Partnern wie etwa Sport- oder Migrantenvereinen. Weitere Informationen: <https://bit.ly/2NUQIWX> (UNESCO-Weltaktionsprogramm BNE)

PLANETARE GRENZEN



Unter und jenseits der planetaren Grenze: Die innere grüne Fläche repräsentiert den vorgeplanten sicheren Handlungsraum. Die roten Keile stehen für den gegenwärtigen Status einzelner planetarer Systemelemente. In drei Fällen wurde die Grenze bereits überschritten.

Quelle: Røckström et al., 2009a, b., Lizenz: Creative Commons by-nc-nd/3.0/de, Bundeszentrale für politische Bildung, 2016, www.bpb.de

ÜBER GLOBAL CITIZENSHIP EDUCATION (GCE)

Global Citizenship Education ist politische Bildung im globalen Maßstab. Sie vermittelt Wissen und Fähigkeiten, um globale Herausforderungen zu verstehen und ihnen aktiv zu begegnen. Lernende sollen in die Lage versetzt werden, ein Zugehörigkeitsgefühl zur Weltgemeinschaft zu entwickeln, sich zu engagieren und eine aktive Rolle in der Gesellschaft zu übernehmen, um einen Beitrag zu einer friedlichen, gerechten Welt zu leisten, in der ökologische Ressourcen bewahrt werden. Zentrale Herausforderungen wie Migration, Klimawandel, Digitalisierung und die Sicherung von Frieden sind globaler Natur und können nicht allein in einem nationalstaatlichen Rahmen bewältigt werden. Eine sozial gerechte, friedliche und ökologisch nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft ist eine Aufgabe der gesamten Menschheit. Global Citizenship Education betrachtet lokale und globale Identität nicht als Widerspruch, sondern verbindet beide Aspekte. Der Akzent liegt auf der Förderung des Verständnisses der Wechselwirkungen von lokalem und globalem Handeln, um im Interesse des globalen Gemeinwohls ein weltbürgerliches Bewusstsein und grenzüberschreitende Kooperationsbereitschaft zu entwickeln. Weitere Informationen: <https://bit.ly/2OpJThl> (Deutsche UNESCO-Kommission)

MORAL VS. GERECHTIGKEIT

Einige Kritiker*innen hinterfragen Annahmen, die dem Konzept GCE zugrunde liegen. Ein Hauptkritikpunkt bezieht sich auf die Annahme, dass alle Menschen weltweit zu Weltbürger*innen werden können. Tatsächlich ist der Handlungsspielraum von Einwohner*innen und Bürger*innen von Industriestaaten des Globalen Nordens sowie von wohl- und machthabenden Gruppen im Globalen Süden weitaus größer als der Handlungsspielraum des Rests der Weltbevölkerung. Zugang zu Ressourcen,

Wohlstand, politischer und wirtschaftlicher Macht sind ebenso ungleich verteilt wie daraus resultierende Handlungsoptionen oder die Möglichkeit, sich aufgrund von Visafreiheit und ausreichend Kapital überhaupt im globalen Raum zu bewegen. Kritiker*innen erkennen daher im Konzept einer „Weltbürgerschaft“ eine Fortschreibung von kolonialen Sichtweisen.

„Um globale Probleme zu verstehen, muss ein komplexes Netz aus kulturellen und materiellen, lokalen und globalen Prozessen und Kontexten untersucht und entpackt werden. Mein Argument ist, dass wir, wenn wir dies nicht tun, durch Global Citizenship Education weltweit eine neue „Zivilisationsmission“ als Slogan für eine Generation befürworten, die die „Last“ des Errettens, Erziehens, Zivilisierens der Welt trägt. Diese Generation, die ermutigt und motiviert ist, „einen Unterschied zu machen“, wird ihre Überzeugungen, Wertesysteme und Mythen als universell darstellen und Machtverhältnisse und Gewalt reproduzieren, die denen der Kolonialzeit ähneln. Wie können Bildungsprozesse gestaltet werden, die die Lernenden von dieser Tendenz abbringen?“

Vanessa Andreotti, Canada Research Chair in Race, Inequalities and Global Change, Universität British-Columbia (2006, 2014)

Bildungsangebote sollten Teilnehmenden einen Raum bieten, um die zugrundeliegende Motivation, sich für globale Belange einzusetzen, zu hinterfragen. Oft entsteht diese aus einem moralischen Impuls, „etwas Gutes zu tun“ und fällt somit in den Bereich Wohltätigkeit. Wenn wir uns für eine nachhaltige Veränderung einsetzen möchten, müssen wir jedoch anerkennen, dass wir Teil des gegenwärtigen Systems sind, dass zentrale Schief lagen wie Armut und Ungleichheit zulässt und reproduziert. Das Konzept der kritischen GCE basiert darauf, diese Verantwortung zu erkennen und innere Impulse zu stärken, die Gerechtigkeit einfordern:

Soft Global Citizenship Education

Critical Global Citizenship Education

PROBLEM	Armut, Hilflosigkeit	Ungleichheit, Ungerechtigkeit
NATUR DES PROBLEMS	Mangel an „Entwicklung“, Bildung, Ressourcen, Fähigkeiten, Kultur, Technologie usw.	Komplexe Strukturen, Systeme, Annahmen, Machtbeziehungen und Einstellungen, die Ausbeutung und erzwungene Entmündigung schaffen und aufrechterhalten und dazu neigen, Unterschiede zu beseitigen.
BEGRÜNDUNG FÜR PRIVILEGIERTEN (IM NORDEN UND IM SÜDEN)	„Entwicklung“, „Geschichte“, Bildung, härtere Arbeit, bessere Organisation, bessere Ressourcennutzung, Technologie.	Nutzen aus und Kontrolle über ungerechte, gewalttätige Systeme und Strukturen.
GRUNDLAGE FÜR DIE ZUWENDUNG	Gemeinsame Menschheit, gut sein, teilen und fürsorglich sein. Verantwortung für die anderen, den anderen etwas beibringen	Gerechtigkeit, Mitschuld am Schaden. Verantwortung gegenüber den anderen, mit anderen lernen, Verantwortlichkeit.
GRUNDLAGEN DES HANDELNS	Humanitär, moralbasiert (basierend auf normativen Grundsätzen für Denken und Handeln).	Politisch, ethisch (basierend auf normativen Prinzipien für Beziehungen).
VERSTÄNDNIS DER INTERDEPENDENZ	Wir sind alle gleich miteinander verbunden, wir wollen alle dasselbe, wir können alle dasselbe tun.	Asymmetrische Globalisierung, ungleiche Machtverhältnisse, nördliche und südliche Eliten, die ihre eigenen Annahmen als universell aufstellen.
WAS MUSS SICH ÄNDERN?	Strukturen, Institutionen und Individuen, die die Entwicklung behindern.	Strukturen und (Glaubens-) Systeme, Institutionen, Annahmen, Kulturen, Individuen, Beziehungen.
WOZU	Damit jede*r Entwicklung, Harmonie, Toleranz und Gleichheit erreicht.	Um Ungerechtigkeiten anzugehen, werden gleichberechtigte Gründe für den Dialog geschaffen, und die Menschen bewegen sich autonomer, um ihre eigene Entwicklung zu definieren.
ROLLE „GEWÖHNLICHER“ PERSONEN	Einige Personen sind Teil des Problems, aber gewöhnliche Menschen sind Teil der Lösung, da sie Druck auf den Strukturwandel ausüben können.	Wir sind alle Teil des Problems und Teil der Lösung.

	Soft Global Citizenship Education	Critical Global Citizenship Education
WAS KÖNNEN EINZELPERSONEN TUN?	Kampagnen unterstützen, um Strukturen zu verändern, Zeit, Fachwissen und Ressourcen spenden.	Die eigene Position/den Kontext analysieren und sich an Veränderungen von Strukturen, Annahmen, Identitäten, Einstellungen und Machtverhältnissen in ihrem Kontext beteiligen
WIE GESCHIEHT VERÄNDERUNG?	Von außen nach innen (auferlegte Veränderung).	Von innen nach außen.
GRUNDPRINZIP FÜR DEN WANDEL	Universalismus (nicht verhandelbare Vision davon, wie jede*r leben sollte, was jede*r will oder sollte).	Reflexivität, Dialog, prinzipielle Offenheit und eine ethische Beziehung zum Unterschied
ZIEL VON GCE	Befähigung der Einzelnen, entsprechend ihrer Definition eines guten Lebens oder einer idealen Welt zu handeln (oder aktive Bürger*innen zu werden).	Befähigung der Einzelnen, die Hinterlassenschaften und Prozesse ihrer Kulturen kritisch zu reflektieren, sich verschiedene Zukunftsmöglichkeiten vorzustellen und Verantwortung für Entscheidungen und Handlungen zu übernehmen.
STRATEGIEN FÜR GCE	Sensibilisierung für globale Themen und Förderung von Kampagnen.	Förderung der Auseinandersetzung mit globalen Themen und Perspektiven und einer ethischen Beziehung zu Unterschieden, die auf Komplexität und Machtbeziehungen eingeht.
MÖGLICHE VORTEILE VON GCE	Stärkeres Bewusstsein für einige Probleme, Unterstützung von Kampagnen, größere Motivation, etwas zu helfen, etwas zu tun, Wohlfühlfaktor.	Unabhängiges, kritisches Denken und fundiertes, verantwortungsbewusstes und ethisches Handeln.
POTENZIELLE PROBLEME	Selbstwertgefühl und Selbstgerechtigkeit und/oder kulturelle Überlegenheit, Stärkung der kolonialen Annahmen und Beziehungen, Stärkung des Privilegs, partielle Entfremdung, unkritische Handlungen.	Schuld, innerer Konflikt und Lähmung, kritischer Rückzug, Gefühl der Hilflosigkeit.

Aus: Soft versus critical global citizenship education, Policy & Practice – A Development Education Review, Vanessa Andreotti (2006) Weitere Informationen: <https://bit.ly/2vMkGng>

EIN BLICK AUF DIE HANDLUNGSEBENE

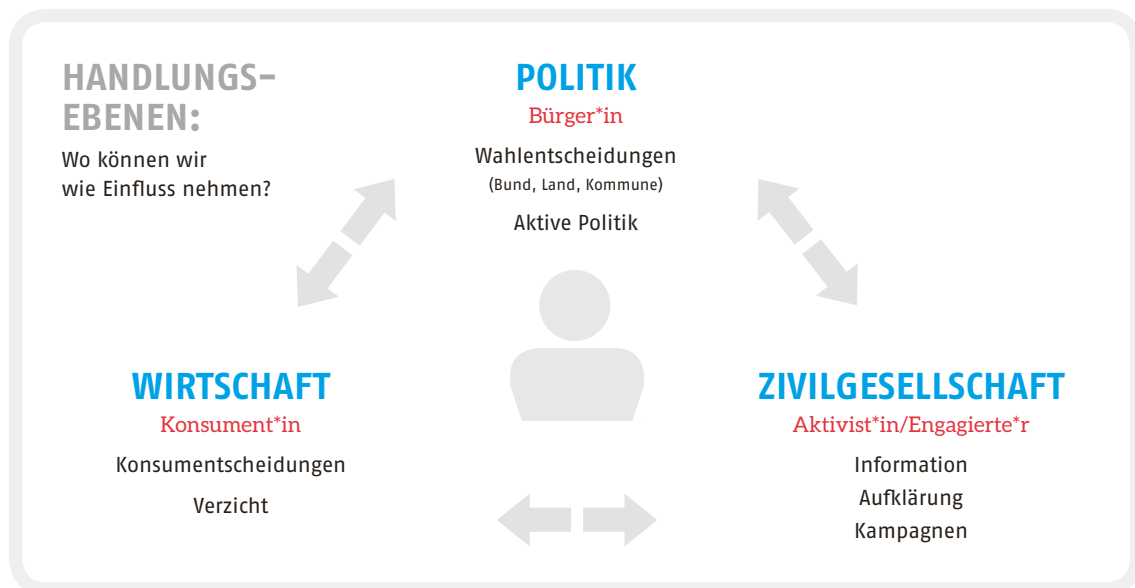
Handlungsorientierung und Stärkung von Handlungskompetenz der Teilnehmenden sind wichtige Aspekte entwicklungspolitischer Bildungsarbeit. Angesichts der komplexen Herausforderungen, welche nachhaltige Entwicklung und die Globalisierung mit sich bringen, lohnt sich ein systemischer Blick auf die Handlungsebenen, zu denen Teilnehmende Zugang haben.

Gegenwärtig haben wir in unserer Gesellschaft Zugang zu drei Handlungsfeldern in den Bereichen Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Dort nehmen wir jeweils unterschiedliche Positionen ein: als (Staats-) Bürger*innen, Konsument*innen und Engagierte bzw. Aktivist*innen. Teilnehmende, die nicht im Besitz einer deutschen Staatsangehörigkeit sind, haben im Handlungsfeld Politik einen reduzierten Handlungsspielraum: staatsbürgerliche Privilegien, wie wählen und gewählt werden, bleiben ihnen verwehrt. Lediglich auf lokaler

Ebene sind Staatsangehörige von EU-Mitgliedsstaaten gleichgestellt. In diesem Fall kann im Rahmen der Seminararbeit diskutiert werden, wie Nicht-Staatsbürger*innen als Bürger*innen aktiv werden und Handlungsspielraum einfordern können.

Jede angestrebte Handlung, Aktion oder Veränderung sollte also zunächst in ein entsprechendes Handlungsfeld eingeordnet werden und kann sich je nach Handlungsfeld an unterschiedliche Verantwortliche richten. Neben den Handlungsfeldern können unterschiedliche Handlungsebenen unterschieden werden.

Die geplante Handlung, Aktion oder Veränderung sollte auch in diesem Schema zu verorten sein. Je nach Zielsetzung sind unterschiedliche Ressourcen, Unterstützungsnetzwerke und aufgewendete Zeit notwendig, die an das Vorhaben angepasst werden müssen.



	Persönliches Umfeld	Wirtschaft	Zivilgesellschaft	Politik
Makroebene	Europa- und bundesweit Eine Region Der Heimatort	Supermarktketten Konzerne Verbraucherschutzorganisation	Welt-, Europa- und bundesweite Kampagnen oder Initiativen	Europapolitik Bundespolitik
Mikroebene	Enger Freundeskreis, Kernfamilie, Nachbar*innen	Ein Betrieb oder Geschäft vor Ort	z. B. die AWO-Einrichtung, der Ortsverein oder eine lokale Organisation	Landes- oder Kommunalpolitik

Globale Ziele für Nachhaltige Entwicklung

Im Jahr 2015 wurde die „Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“ von den 193 Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen verabschiedet. Mithilfe der Agenda 2030 will die Weltgemeinschaft die globalen Herausforderungen wie Armut, Hunger oder Klimawandel bewältigen. Kern der Agenda sind 17 Ziele für nachhaltige Entwick-

lung (Sustainable Development Goals, SDG), die bis 2030 erreicht werden sollen. Die Agenda 2030 ist universell gültig, das heißt, alle Länder der Erde müssen die 17 SDG und ihre 169 Unterziele umsetzen. Für entwicklungspolitische Bildungsarbeit lohnt es sich, einige Ziele genauer zu betrachten:



Inklusive, gerechte und hochwertige Bildung gewährleisten, lebenslanges Lernen fördern, Zugang zur Bildung für nachhaltige Entwicklung gewähren

Soziale und ökologische Herausforderung: 61 Mio. Kinder und 62 Mio. Jugendliche gehen nicht zur Schule. In ärmeren Ländern profitieren im Durchschnitt 10% der Lernenden mit hohem Bildungsstandard von 46% aller Bildungsausgaben. Bildung für nachhaltige Entwicklung muss in der schulischen, außerschulischen und lebenslangen Bildung verankert werden.

Das fordert die Agenda:

Ziel 4.5: Bis 2030 geschlechtsspezifische Disparitäten in der Bildung beseitigen und gleichberechtigten Zugang der Schwachen in der Gesellschaft – namentlich von Menschen mit Behinderungen, Angehörigen indigener Völker und Kindern in prekären Situationen – zu allen Bildungs- und Ausbildungsebenen gewährleisten

Ziel 4.7: Bis 2030 sicherstellen, dass alle Lernenden die notwendigen Kenntnisse und Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben, unter anderem durch Bildung für nachhaltige Entwicklung und nachhaltige Lebensweisen



Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern

Soziale und ökologische Herausforderung: Milliarden Menschen benötigen wirtschaftliche Perspektiven durch sozial- und ressourcenverträgliche Entwicklung, die planetare Grenzen berücksichtigt. Der Wachstumsbegriff muss hinterfragt werden, da weder der Zuwachs an materiellen Möglichkeiten noch der Erwerbslosigkeit die Armut in Deutschland verringert haben.

Das fordert die Agenda:

8.4: Bis 2030 die weltweite Ressourceneffizienz in Konsum und Produktion Schritt für Schritt verbessern und die Entkopplung von Wirtschaftswachstum und Umweltzerstörung anstreben, im Einklang mit dem Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster, wobei die entwickelten Länder die Führung übernehmen

8.7: Sofortige und wirksame Maßnahmen ergreifen, um Zwangsarbeit abzuschaffen, moderne Sklaverei und Menschenhandel zu beenden und das Verbot und die Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit, einschließlich der Einziehung und des Einsatzes von Kindersoldaten, sicherstellen und bis 2025 jeder Form von Kinderarbeit ein Ende setzen



Ungleichheit innerhalb von und zwischen Staaten verringern

Soziale und ökologische Herausforderung: Investitionen und öffentliche Gelder fließen zum Teil in Produkte und Unternehmen, die unsere Lebensgrundlage zerstören und Ungleichheit verstärken. Weltweite Transparenzstandards zu öko-sozialen Auswirkungen von Krediten und Investitionen müssen gestärkt werden. Verarmte, benachteiligte und ausgegrenzte Gruppen müssen besonders von Investitionen profitieren.

Das fordert die Agenda:

10.2: Bis 2030 alle Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht, Behinderung, Rasse, Ethnizität, Herkunft, Religion oder wirtschaftlichem oder sonstigem Status zu Selbstbestimmung befähigen und ihre soziale, wirtschaftliche und politische Inklusion fördern

10.a: Den Grundsatz der besonderen und differenzierten Behandlung der sogenannten „Entwicklungsländer“, insbesondere der am wenigsten entwickelten Länder, im Einklang mit den Übereinkünften der Welthandelsorganisation anwenden

Zahlreiche bildungsbezogene Ziele und Indikatoren sind auch in anderen SDG enthalten. Bildung ist sowohl ein Ziel als auch ein Mittel, um alle anderen Ziele zu erreichen. Es ist nicht nur ein wesentlicher Bestandteil einer nachhaltigen Entwicklung, sondern auch ein Schlüssel dazu:



Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen

Soziale und ökologische Herausforderung: Die Weltbevölkerung konsumiert gegenwärtig mehr Ressourcen, als die Ökosysteme bereitstellen können. Damit die soziale und wirtschaftliche Entwicklung im Rahmen der Tragfähigkeit der Ökosysteme stattfinden kann, muss die Art und Weise, wie unsere Gesellschaft Güter produziert und konsumiert, grundlegend verändert werden.

Das fordert die Agenda:

12.1: Den Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster umsetzen, wobei alle Länder, an der Spitze die entwickelten Länder, Maßnahmen ergreifen, unter Berücksichtigung des Entwicklungsstands und der Kapazitäten der „Entwicklungsländer“

12.3: Bis 2030 die weltweite Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbieren und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nachernteverlusten verringern

12.6: Die Unternehmen, insbesondere große und transnationale Unternehmen, dazu ermutigen, nachhaltige Verfahren einzuführen und in ihre Berichterstattung Nachhaltigkeitsinformationen aufzunehmen

12.8: Bis 2030 sicherstellen, dass die Menschen überall über einschlägige Informationen und das Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung und eine Lebensweise in Harmonie mit der Natur verfügen

ERKENNEN

Der kognitive Bereich umfasst Wissen und Denkvermögen, die erforderlich sind, um die SDG und die damit verbundenen Herausforderungen besser zu verstehen.

BEWERTEN

Der sozial-emotionale Bereich umfasst soziale Fähigkeiten, mit denen die Lernenden zusammenarbeiten, verhandeln und kommunizieren können, um die Umsetzung der SDGs zu fördern, sowie Selbstreflexionsfähigkeiten, Werte, Einstellungen und Motivationen, die es den Lernenden ermöglichen, sich selbst zu entwickeln.

HANDELN

Der Verhaltensbereich beschreibt Handlungskompetenzen, um einen konkreten Beitrag zur Umsetzung der SDGs zu erreichen.

Aus: Education for Sustainable Development Goals, UNESCO (2017)

LITERATUR-, MATERIAL- UND LINKTIPPS

- Abgeernet. Wer ernährt die Welt?, Inkota (aufgerufen: 7.3.2019) [Link: https://bit.ly/2HkDSxN](https://bit.ly/2HkDSxN)
- Ad-Buster von CIR: Diese Werbung sieht der Echten zum Verwechseln ähnlich. Aber was an der Ad-Buster-Werbung echt ist, sind die Fakten! In unterschiedlichen Adbust gibt es nicht nur Informationen über die Unternehmen und deren Strategien – es gibt auch Anregungen zum eigenen Handeln und eine ganz neue Idee des kreativen Aktivwerdens. Ein Must-have für alle kritischen Kund*innen. [Link: https://bit.ly/2NOKghR](https://bit.ly/2NOKghR)
- Auf Kosten anderer? Wie die imperiale Lebensweise ein gutes Leben für alle verhindert, I.L.A. Kollektiv (2017)
 - Das gute Leben für alle: Wege in die solidarische Lebensweise, I.L.A. Kollektiv (2019)
 - Das System hinter dem Schnitzel, CIR presente (2017) [Link: https://bit.ly/2TnBm0T](https://bit.ly/2TnBm0T)
 - Eingefädelt. Ein Blick hinter die Kulissen der Textilproduktion, CIR (aufgerufen am 7.3.2019) [Link: https://bit.ly/2H8WG3E](https://bit.ly/2H8WG3E)
- Europas Brandspur, Michael Bauchmüller, Süddeutsche Zeitung vom 2.2.2018 (aufgerufen: 7.3.2019) [Link: https://bit.ly/2VBUdBU](https://bit.ly/2VBUdBU)
 - Fleischatlas 2018, Heinrich-Böll-Stiftung et. al. (2018) [Link: https://bit.ly/2D6eIRC](https://bit.ly/2D6eIRC)
 - Fünf Gründe, weniger Fleisch zu essen, Greenpeace (2014) [Link: https://bit.ly/2H6hw3I](https://bit.ly/2H6hw3I)
 - Iss was?! Tiere, Fleisch & Ich, Heinrich-Böll-Stiftung (2016) [Link: https://bit.ly/2y6bFHn](https://bit.ly/2y6bFHn)
 - KonsUmwelt – Nahrungsmittelproduktion und -verschwendung, Agrar-Koordination (2013) [Link: https://bit.ly/1SblPcP](https://bit.ly/1SblPcP)
 - Konzernatlas (2017) [Link: https://bit.ly/2AzHfvj](https://bit.ly/2AzHfvj)
 - Kritik im Handgemenge: Imperiale Lebensweise, medico Jubiläums-Rundschreiben (2018) [Link: https://bit.ly/2XC36gC](https://bit.ly/2XC36gC)
 - Landraub. Indigener Widerstand in Lateinamerika, CIR presente (2018) [Link: https://bit.ly/2TvONgl](https://bit.ly/2TvONgl)
 - Neuer Stoff: Von der Baumwolle bis zum fertigen Produkt – Fairtrade für die ganze Lieferkette, Fair-trade Deutschland (aufgerufen am 7.3.2019) [Link: https://bit.ly/2IYjvsF](https://bit.ly/2IYjvsF)
- Radikale Alternativen – Degrowth und Post-Extraktivismus im Dialog, brennstoff (aufgerufen: 7.3.2019) [Link: https://bit.ly/2TA0HUA](https://bit.ly/2TA0HUA)
 - Textilfibel, Greenpeace Magazin (aufgerufen am 7.3.2019) [Link: https://bit.ly/2EJYBrG](https://bit.ly/2EJYBrG)
- Was kostet die Welt? Über die systematische Ausbeutung der Natur, CIR presente (2018) [Link: https://bit.ly/2C86cjsx](https://bit.ly/2C86cjsx)
 - Wie Vielfalt hilft, den Hunger zu bekämpfen, MISEREOR (2018) [Link: https://bit.ly/2HjbXy1](https://bit.ly/2HjbXy1)
 - Worauf warten? Gemeinsam Alternativen leben, BUNDjugend (2018) [Link: https://bit.ly/2ESN7nc](https://bit.ly/2ESN7nc)
- Worum es geht: Für eine Politik gegen das Nicht-Wissen-Wollen, medico Jubiläums-Rundschreiben (2018) [Link: https://bit.ly/2XC36gC](https://bit.ly/2XC36gC)

AUFBAU UND ÜBERSICHT DER METHODEN

Dieser Methoden-Reader enthält Methoden,
die sich



ZUM EINSTIEG IN DAS THEMA,



ZUR WISSENSVERMITTLUNG,



ZUR REFLEXION UND



ZUR AKTIVIERUNG

eignen.

Die Methodenbeschreibungen geben Anhaltspunkte dafür, wie lange die Methode dauert, was dafür benötigt wird und auf welche Ziele damit hingearbeitet wird. Grundsätzlich ist es erforderlich, die Methoden anhand der Interessen und Ziele der Teilnehmenden auszuwählen, an den Seminarort anzupassen und genügend Zeit für die Auswertung einzuplanen. Die Methoden sind auf die Workshop- und Seminarphasen in der non-formalen Bildungsarbeit zugeschnitten und erleichtern den Einstieg in das Thema, die Vermittlung und Vertiefung von Wissen, Reflexion und Sensibilisierung sowie Aktivierung der Teilnehmenden.

METHODENBOXEN

Wir verleihen passend zu den hier vorgestellten Methoden mehrere Boxen, die Ihnen die Umsetzung und Gestaltung eines Workshops erleichtern. Sie beinhalten Materialien, Methoden und Hintergrundinformationen für jeden Lerntyp. Sie können für einen Zeitraum von 3 Wochen gegen eine Gebühr von 20 € ausgeliehen werden.

Fällt Ihnen bei der Anwendung etwas auf?

Wir freuen uns über Hinweise an
mail@awointernational.de

Weitere Informationen:
www.awointernational.de/globaleslernen
und unter T. 030 25292 364.

Die Methoden können entweder „von links nach rechts“ mit einem bestimmten Themenschwerpunkt oder „von links nach rechts und oben nach unten“ mit unterschiedlichen Schwerpunkten ausgewählt und kombiniert werden:



**EINSTIEG
IN DAS THEMA**



**WISSENS-
VERMITTLUNG**



REFLEXION



AKTIVIERUNG

<p>DIE GROSSE TRANSFORMATION – ZUKUNFT HEUTE MITGESTALTEN</p>	<p>Positionsbarometer: Die imperiale Lebensweise</p> <p>Mercator vs. Peters</p> <p>Entdeckungsreise durch unseren Konsum</p>	<p>Teure Schnäppchen</p>	<p>Mein Fuß- und Handabdruck: Ideen für eine solidarische Lebensweise entwickeln</p>	
<p>ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND</p> <p>Schwerpunkt: Ernährungsgerechtigkeit, Flächenkonkurrenz und Klimawandel</p>	<p>Unser Acker: 2000 m²</p>	<p>Glück gehabt?</p> <p>Was sagt das Bruttoinlandsprodukt eigentlich aus?</p>	<p>Soja – eine Bohne für Trog und Teller</p> <p>Dokumentarfilm „Raising Resistance“</p>	<p>Das perfekte Klima-Dinner</p>
<p>Schwerpunkt: Welthandel – Fairer Handel?</p>	<p>Activity</p>	<p>Unser fairer Anteil</p> <p>Was ist fair? Kriterien für einen anderen Handel</p>		
<p>Schwerpunkt: Lebensmittelverschwendung</p>	<p>Quiz: Lebensmittelverschwendung und Lebensmittelverluste</p>	<p>Abgelaufen?! Mindesthaltbarkeits- vs. Verbrauchsdatum</p> <p>Verleih Tafel „Magnetischer Kühlschrank“</p> <p>Lebensmittel richtig lagern</p>	<p>Germany's next Top-Gurke – Schönheitswahn im Supermarkt</p> <p>Dokumentarfilm „Frisch auf den Müll“</p>	<p>Lebensmittelretter: Smartphone</p> <p>Wege aus der Verschwendung</p>
<p>SAUBERE KLEIDUNG? – SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE KOSTEN UNSERER BILLIGEN KLEIDUNG AUFDECKEN</p>	<p>Themenpfad Mode</p>	<p>Der Preis der Blue Jeans</p> <p>Lernspiel „Reise einer Jeans“ von AWO International</p> <p>Wer bekommt wieviel vom Preis einer Jeans?</p>	<p>Schneeballschlacht</p> <p>Wir können auch anders!</p> <p>Die Kundschaft macht Druck bei Fashion</p>	
<p>DUSCHGEL, SCHOKO-CREME, REGENWALD?</p>		<p>Planet.E – Palmöl</p> <p>Materialkoffer „Stationenlernen zur Ölpalme“</p> <p>Palmöl-Bingo</p>	<p>Die Kundschaft macht Druck bei Palmöl</p> <p>Produkte selber machen: Das ‚DIY‘- Kosmetikstudio</p>	

DIE GROSSE TRANSFORMATION – ZUKUNFT HEUTE MITGESTALTEN



EINSTIEG IN DAS THEMA

25–27

**POSITIONSBAROMETER:
DIE IMPERIALE LEBENSWEISE**

28–29

MERCATOR VS. PETERS

30–33

**ENTDECKUNGSREISE
DURCH UNSEREN KONSUM**



WISSENSVERMITTLUNG

34–36

TEURE SCHNÄPPCHEN



REFLEXION UND AKTIVIERUNG

37–39

**MEIN FUSS- UND
HANDABDRUCK:
IDEEN FÜR EINE SOLIDARISCHE
LEBENSWEISE ENTWICKELN**

Wie schaffen wir es, von einer Ressourcen-basierten, Wachstums-orientierten und imperialen Lebensweise zu einer solidarischen Lebensweise zu gelangen, im Einklang mit den ökologischen Grenzen unseres Planeten und durch Verwirklichung der Menschenrechte? Diese Methoden schaffen ein Bewusstsein für die sogenannte „Große Transformation“, eine sozial-ökologische Wende.



POSITIONSBAROMETER: DIE IMPERIALE LEBENSWEISE

WORKSHOP-PHASE

Einstieg in das Thema

INHALT

Das Konzept ‚Imperiale Lebensweise‘ beschreibt, wie immer mehr Menschen – im Globalen Norden und zunehmend auch im Globalen Süden – sich eine Lebensweise zu eigen machen, in welcher sie sich an den ökologischen und sozialen Ressourcen andernorts bedienen, um sich selbst einen hohen Lebensstandard zu sichern.

Durch die Positionierung zu Aussagen, die sich auf dieses Konzept beziehen, werden mit Hilfe der Methode historische und aktuelle Entwicklungen hinterfragt sowie Gerechtigkeitsfragen aufgeworfen.

ZIEL

Die Teilnehmenden beziehen zu unterschiedlichen Aussagen Position und erkunden ihre Gedanken und Einstellungen zu globalen Gerechtigkeitsfragen. Sie werden für Hintergründe und Auswirkungen unserer Lebensweise sensibilisiert.

DAUER

Ca. 20 Minuten
(oder an alternative Verwendung der Aussagen angepasst)

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

- Schnur oder Klebeband
- ggf. ausgedruckte Aussagen (zum Download auf unserer Webseite)

TECHNIK UND RAUM

Ausreichend Platz für eine „Skala“, auf der alle Teilnehmenden Platz haben

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

- Die Offene Gesellschaft! (2018, www.die-offene-gesellschaft.de)
- Zum Begriff ‚Offene Gesellschaft‘ (2018, www.wikipedia.org)
- Demokratische Migrationsgesellschaft. Zusammenleben neu aushandeln (Brigitte Hasenjürgen, APuZ 13–14)

ABLAUF

Die Seminarleitung legt im Seminarraum auf dem Boden eine Schnur aus oder befestigt auf dem Boden ein Klebeband. An einem Ende der Linie wird ein Blatt oder eine Moderationskarte mit der Aussage „Ich stimme zu“, am anderen Ende „Ich stimme nicht zu“ befestigt. Die Teilnehmenden verteilen sich zunächst entlang der Linie. Die Seminarleitung wählt einige der Fragen je nach Seminarschwerpunkt aus oder formuliert eigene Aussagen. Nachdem die Seminarleitung eine der folgenden Aussagen vorgelesen hat, positionieren sich die Teilnehmenden entlang der Linie. Die Seminarleitung kann einzelne oder alle Teilnehmenden nach ihrer Meinung befragen. Alternativ können die Aussagen auch ausgedruckt und als Diskussionsgrundlage in Kleingruppen oder als „Thema“ für eine „Talkshow“ verwendet werden, in der die Diskutierenden unterschiedliche Standpunkte recherchieren und vertreten. Die Aussagen können ausgedruckt auch als Galerie zum Nachdenken anregen oder in Kleingruppen diskutiert werden.

Ernährung und Landwirtschaft

- Wenn wir ein Wurstbrot essen, ist das ein globales Ereignis
- Damit wir landwirtschaftliche Produkte in andere Länder exportieren können, müssen unsere Landwirte Fördergeld erhalten
- Wir müssen nicht lokal oder regional einkaufen, da es im Supermarkt ja globale Produkte zu jeder Jahreszeit gibt
- Wenn ich hier Schokolade esse oder Kaffee trinke, trage ich zum Lebensunterhalt armer Familien weltweit bei
- Plantagenwirtschaft haben sich Europäer*innen ausgedacht, um Konsumbedürfnisse im Globalen Norden zu befriedigen

Gerechtigkeit und Fairness

- Unsere Lebensweise verteilt Lebenschancen und natürliche Ressourcen auf ungerechte Art
- Durch gerechte Verteilung der Ressourcen des Planeten wären die großen Probleme der Menschheit gelöst
- Fair ist, wenn ich versuche, mich anderen Menschen gegenüber gerecht zu verhalten
- „Gerechtigkeit ist das Ideal des menschlichen Verhaltens. Wenn sich alle Menschen gerecht verhalten, regelt sich die Gesellschaft zur Zufriedenheit aller von selbst.“
- Das Leben ist hart und ungerecht
- Die Managerin einer großen Firma trägt viel Verantwortung und hat kaum Freizeit. Es ist daher nur gerecht, dass sie in einem Monat so viel verdient wie ein einfacher Arbeiter im ganzen Jahr
- Ausbeutung und Kinderarbeit gehen mich hier nichts an

- Die in wirtschaftsstarken Industrieländern im Globalen Norden lebenden Menschen verbrauchen übermäßig viele Ressourcen. Dem Rest der Weltbevölkerung bleibt nur ein kleiner Zugriff auf Land, Wasser, Nahrung und fossile Brennstoffe
- Die gleichen Jobs werden im Globalen Süden schlechter bezahlt als im Norden
- Vielen Staatsbürger*innen der EU steht fast die ganze Welt offen – auch visarechtlich
- Menschen aus dem Globalen Süden können nicht frei in den Globalen Norden reisen
- Wohlhabende Menschen mit hohem Bildungsniveau tragen am meisten zur Umweltzerstörung und Ausbeutung von Menschen bei

Globalisierung

- Globalisierung betrifft uns alle und nahezu jeden Bereich des Lebens und des Alltags
- Globalisierung nutzt den sogenannten „Entwicklungsländern“ und trägt zu ihrer Entwicklung bei
- Globalisierung bringt mehr Arbeitsplätze, höhere Löhne und Wohlstand
- Globalisierung führt zu einer größeren Auswahl an Produkten zu niedrigeren Preisen
- Von Globalisierung profitieren alle Bewohner*innen eines Landes
- Es gibt sowohl im Globalen Süden als auch im Norden Gewinner*innen und Verlier*innen der Globalisierung
- Mit meinem Lebensstil kann ich Einfluss auf die Arbeits- und Lebensbedingungen anderer Menschen und auf die Umwelt nehmen
- Wer in Zeiten des Kolonialismus finanziell erfolgreich sein wollte, musste die europäischen Herrschenden nachahmen
- Wer heute finanziell erfolgreich sein will, muss die Lebens- und Wirtschaftsweise des Globalen Nordens nachahmen

Welthandel

- Handel ist ein wichtiges Instrument zur Armutsbekämpfung
- Im Welthandel geht es nicht nur um wirtschaftliches Wachstum, sondern es werden immer auch soziale und ökologische Aspekte berücksichtigt
- Es ist mehr Handel notwendig, damit die Wirtschaft immer weiterwächst und der Wohlstand in allen Ländern ansteigt
- Es ist weniger Handel notwendig, damit der Klimawandel gestoppt werden kann und nicht noch die letzten Ressourcen unserer Erde verbraucht werden
- Im Welthandel können reiche Länder den armen Ländern Bedingungen vorgeben
- Länder des Globalen Südens sollten hohe Zölle erheben dürfen, um ihre heimische Produktion zu schützen und Einnahmen zu erzielen

- Alle Handelsbarrieren sollten abgebaut werden
- Fairness im Welthandel bedeutet, dass sich alle an die gemeinsamen Regeln des Welthandels halten
- Regeln für den Welthandel sind fair, wenn sie für alle gleich sind
- Regeln für den Welthandel sind fair, wenn sie auf die unterschiedlichen Entwicklungsstände und Bedürfnisse in einzelnen Ländern eingehen
- Das Welthandelssystem ist auf die Bedürfnisse von uns im Globalen Norden ausgerichtet
- Abhängigkeit nach dem Ende des Kolonialismus wurde durch Abhängigkeit vom Weltmarkt abgelöst
- Im Kolonialismus entstand ein großes, von europäischen Mächten beherrschtes und mit Gewalt aufrecht erhaltenes Handelssystem

Natur und Mensch

- Unsere Lebensweise verdrängt andere Lebewesen
- Unsere Lebensweise greift übermäßig auf die Natur und menschliche Arbeit zurück
- Die „Natur“ ist ein Wert für sich und nicht nur Rohstoff oder Müllhalde für menschliche Bedürfnisse
- Menschen sind Teil eines natürlichen Kreislaufs, in dem alle Bedürfnisse gleichberechtigt sind
- Unsere Lebensweise ist mit den Grenzen des Planeten nicht vereinbar
- Der Mensch ist nur eine Spezies von vielen. Alle haben auf dem Planeten dieselben Rechte
- Die aktuelle Rate des Artensterbens ist tausendmal höher als in der Zeit vor menschlichem Einfluss

Wirtschaft und Wachstum

- Europäische Industrialisierung ist das Ergebnis von Erfinder- und Unternehmensgeist
- Europäische Industrialisierung ist das Ergebnis von der Veredelung billiger Rohstoffe, die von Versklavten, Zwangsarbeiter*innen und Tagelöhner*innen im Globalen Süden gewonnen wurden
- Während der Industrialisierung wurde im Globalen Norden auch die Arbeitskraft der armen Bevölkerung ausgenutzt
- Durch lange Arbeitskämpfe konnten Gewerkschaften kürzere Arbeitszeiten und höhere Löhne erstreiten. Seitdem können alle an der Konsumgesellschaft teilhaben
- Arbeit im Globalen Norden ist zu teuer. Durch die zunehmende Globalisierung werden Herstellungsprozesse in Niedriglohnländer verlagert
- Mehr Wettbewerb ist gut für die Wirtschaft
- Mir ist es wichtig zu wissen, wo die Produkte, die ich kaufe, herkommen und unter welchen Bedingungen sie produziert worden sind
- Jede*r Arbeiter*in soll angemessen für Arbeit entlohnt werden, auch wenn dadurch Produkte am Ende teurer werden

- Durch Arbeit sollte jeder Mensch einen würdigen Lebensstandard erreichen können
- Fortschritt ist, wenn wir uns fast jedes Produkt nach Hause liefern lassen können
- Fortschritt ist, wenn wir uns keine Gedanken darüber machen müssen, wo Produkte herkommen und wie sie hergestellt werden
- Billigste Produkte sind die Auswirkung von hochwirksamer Technologie
- Billigste Produkte sind die Auswirkung von globalen Ungleichheiten und harter, schlecht bezahlter und unsicherer Arbeit
- Billigste Produkte sind die Auswirkung von niedrigen Sozial- und Umweltstandards
- Die Herstellung von Produkten und die negativen Auswirkungen auf Menschen und Umwelt wurden in den Globalen Süden ausgelagert
- Ungerechte Wirtschaftsweisen hängen allein damit zusammen, dass wir nicht ethisch korrekt einkaufen
- Wir müssen unsere Lebensweise schützen und verteidigen
- Wir haben keine Bereitschaft, unseren Lebensstandard einzuschränken

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Die Fragen sollten reduziert und auf das Schwerpunktthema des Seminars ausgerichtet werden. Wichtig ist, verschiedene Perspektiven auf eine Aussage zuzulassen. Insbesondere, wenn es sich bei den Aussagen um eine persönliche Meinung handelt, gibt es kein Richtig und kein Falsch. Es geht vor allem darum, möglichst viele, verschiedene Aspekte einer Situation darzustellen und erfahrbar zu machen. Bei jüngeren Teilnehmenden können die Aussagen vereinfacht werden.

Risiken und Nebenwirkungen

Die meisten Menschen sind nicht dazu bereit, für die Sicherung des eigenen Lebensstandards wissentlich Ausbeutung von Menschen und der Natur in Kauf zu nehmen. Ihnen sind soziale und ökologische Kosten ihres Konsums sowie Handlungsmöglichkeiten oft unbekannt, daher sollte die Seminarleitung darauf achten, dass die Teilnehmenden keine Schuldgefühle entwickeln, sondern gemeinsam überlegen, wie wir uns für gerechte und nachhaltige Entwicklung einsetzen und die Inhalte und Ziele unserer eigenen Lebensweise überdenken können. Zur Überwindung der imperialen Lebensweise sind grundlegende Veränderungen unserer Lebens-, Arbeits- und Wirtschaftsweise nötig, Appelle an Kompromisse wie einen „grünen Konsum“ oder Strategien einer „grünen Ökonomie“ ändern daran nichts.



MERCATOR VS. PETERS

WORKSHOP-PHASE

Einstieg in das Thema

INHALT

Unser Blick auf die Welt wird maßgeblich durch Landkarten bestimmt. Diese haben eine Geschichte, die von Eurozentrismus und Kolonialismus geprägt ist. Karten haben schon immer die Gesellschaft geprägt und umgekehrt – als Datenspeicher und Hilfsmittel zur Orientierung, aber auch als Mittel des Ausdrucks von Einheit oder Macht.

ZIEL

Die Teilnehmenden erkennen, dass unsere Weltsicht auf vermeintlich objektiven Annahmen beruht, die auch dazu führen können, dass sich ungerechte globale Verhältnisse reproduzieren. Sie erkennen, dass „Globales Lernen“ bedeutet, bestehende Perspektiven auf die Welt zu hinterfragen und einen „anderen“ Blick auf globale Verhältnisse zu gewinnen.

DAUER

Ca. 15 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

- Amerika-zentrierte Weltkarte
- Asien-zentrierte Weltkarte
- Weltkarte „Perspektiven wechseln“ von BtE/Engagement Global (in der Methodenbox oder hier erhältlich: <https://bit.ly/2FTzbvx>)

TECHNIK UND RAUM

Pinnwände oder Laptop/Beamer

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Die Peters-Projektion – die einzige „Alternative“?,
Beate Weninger/Deutsche Gesellschaft für Kartographie e. V. (2015) Link: <https://bit.ly/2HwU1jt>

ABLAUF

Die Seminarleitung pinnt die Weltkarte „Perspektiven wechseln“ an oder breitet sie in der Mitte des Seminarraums aus. Sie bittet die Teilnehmenden, sich die Karte genau anzusehen. Anschließend stellt sie die Frage, was an dieser Landkarte anders ist. Falls sie wenige Punkte nennen, kann eine Weltkarte nach Mercator-Projektion danebengelegt und direkt verglichen werden. Die Seminarleitung kann auch gezielt nachfragen oder mithilfe folgender Punkte auf die Eindrücke der Teilnehmenden reagieren und direkt auswerten:

- „Ist die Karte richtig herum?“: Wenn sich jemand aus dem Weltall der Erde zum aller ersten Mal nähert, kann er oder sie die Erde aus ganz unterschiedlichen Perspektiven wahrnehmen, da die Erde eine Kugel ist. Wir Menschen haben aufgrund unseres Wunsches nach Orientierung die magnetischen Pole als „Norden“ und „Süden“ benannt und festgelegt. Danach richtet sich unser Blick auf die Welt und somit auch Weltkarten aus.
- „Ist Europa ‚unten‘ oder ‚oben‘?“: Welche Eigenschaften verbinden wir mit den Begriffen „unten“ und „oben“? Unten und oben sind keine geeigneten Kategorien, um auf die Welt zu blicken und diese zu beschreiben. Mit dem Globalen Norden, der sich auf herkömmlichen Weltkarten „oben“ befindet, assoziieren wir Wohlstand und „Entwicklung“. Afrika z. B. hingegen ist „unten“ und wird mit Armut und „Unterentwicklung“ assoziiert.
- „Ist Afrika zu groß?“: Sollte es kleiner sein? Die Mercator-Projektion, die sich in der Darstellung der Welt durchgesetzt hat, verzerrt die Größenverhältnisse zugunsten der Nordhalbkugel. Die Fläche Europas, Nordasiens und Nordamerikas wirkt vielfach größer, als sie tatsächlich ist – Afrika und Indien erscheinen viel kleiner. Grönland wirkt beispielsweise fast so groß wie Afrika, dabei ist es nur annähernd so groß wie Libyen, Ägypten und der Sudan zusammen. Dies verzerrt auch unsere Wahrnehmung auf globale Verhältnisse.

Es ist schwierig, die Größenverhältnisse einer Kugel als flaches Bild darzustellen. Die Teilnehmenden können zur Veranschaulichung versuchen, eine Orange so zu schälen, dass die Schale als einziges Stück flach auf dem Tisch ausgebreitet werden kann. Die Mercator-Projektion stellt die Kontinente in korrekten Umrissen dar, die Größenverhältnisse der Kontinente sind aber nicht korrekt: Der Norden verzerrt und nimmt mehr Platz ein. Die Peters-Projektion gibt tatsächliche Größenverhältnisse der Kontinente zueinander wieder, verschiebt aber die korrekten geographischen Umrisse der Landmassen. Weltkarten sind außerdem meist ‚eurozentristisch‘ ausgerichtet, was den Eindruck vermittelt, im Mittelpunkt der Welt zu sein. Um dies zu verdeutlichen, zeigt die Seminarleitung die Asien-zentrierte und Amerika-zentrierte Weltkarte und fasst die Ergebnisse des Gesprächs zusammen.

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Die Methode dient dazu, Teilnehmende zu einer kritischen Nutzung der uns zur Verfügung stehenden Orientierungswerkzeuge zu sensibilisieren. Selbst ein unstrittig nützliches Objekt wie eine Weltkarte kann unseren Blick auf die Welt trüben und Voreingenommenheit schaffen, die wir aber als objektive Wahrheit wahrnehmen. Diese Objekte sind aber gleichzeitig eine Voraussetzung, um uns in einer komplexen globalen Welt zu orientieren. Darunter fallen nicht nur Weltkarten, sondern z. B. auch Statistiken oder eine Kombination: Weltkarten, die Statistiken wiedergeben und die Welt in „Rote“ und „Grüne“ Zonen aufteilen, somit optisch ganze Länder zu „No-Go-Zonen“ erklären oder suggerieren, dass im Globalen Norden alles „im grünen Bereich“ ist.



ENTDECKUNGSREISE DURCH UNSEREN KONSUM

WORKSHOP-PHASE

Einstieg in das Thema

INHALT

„Shopping“ und Konsum von Kleidung, Lebensmitteln und Kosmetik- bzw. Körperpflegeprodukten sind nichts ‚Selbstverständliches‘ und dienen oftmals dazu, gesellschaftliche Konventionen unhinterfragt zu erfüllen sowie soziale Anerkennung und Status zu sichern. Dabei gehen wir oft weit über den lebenserhaltenden oder hygienischen Nutzen hinaus.

ZIEL

Die Teilnehmenden denken darüber nach, welche Kriterien beim Einkauf für sie eine Rolle spielen und sie überlegen, in welchen Situationen sie Kleider kaufen. Sie erkennen, wie voll ihr Kleiderschrank ist, wie viel Geld sie für diese Produkte tatsächlich ausgegeben haben und wie viele Produkte sie besitzen, die sie nicht tragen oder nutzen.

DAUER

Ca. 45 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

- Fragebogen „Entdeckungsreise durch den Kleiderschrank“
 - Fragebogen „Shoppen und ich“
 - Fragebogen „Kleidung, Mode und wir“
- Fragebogen „Sinn und Zweck und Absicht“

TECHNIK UND RAUM

Ausreichend Platz im Raum, um eine Skala oder einen Kreis zu bilden; ggf. Pinnwände und Pins oder Flipchart

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Viele Menschen können ihre Grundbedürfnisse – Nahrung, medizinische Versorgung, Teilhabe – verwirklichen, während ein kleiner Teil der Weltbevölkerung, sowohl im Globalen Norden als auch im Süden, in materiellem Überfluss lebt. In der imperialen Lebensweise ist das Nachdenken über Bedürfnisse stark durch die (neoklassischen) Wirtschaftswissenschaften geprägt: Bedürfnisse sind grenzenlos, dafür zur Verfügung stehende Mittel begrenzt. Die Befriedigung erfolgt über Angebot und Nachfrage auf dem Markt. Dieses Modell sieht eine Debatte, wem was und wie viel zusteht, nicht vor:

„Wer kann, der* kann“ (aus: Auf Kosten anderer? Wie die imperiale Lebensweise ein gutes Leben für alle verhindert, Common Future e. V., I.L.A. Werkstatt, 2017)

ABLAUF

Option 1: Entdeckungsreise durch den Kleiderschrank

Die Teilnehmenden erhalten je einen Fragebogen und haben 15 Minuten Zeit, ihn auszufüllen, d. h. sich auf die Reise in ihren eigenen Kleiderschrank zu begeben. Sie sollten die Fragen möglichst ehrlich beantworten:

Wie viele Stücke hast du, grob geschätzt?

T-Shirts	<input type="text"/>
Pullover	<input type="text"/>
Hosen	<input type="text"/>
Socken	<input type="text"/>
Sportbekleidung	<input type="text"/>
Jacken/Mäntel	<input type="text"/>
Schuhe	<input type="text"/>

Wie viel Stücke davon trägst
du selten oder nie?

Ab wann ist ein Kleidungsstück für dich alt?

Was machst du mit den Sachen, die du nicht
mehr anziehen möchtest?

Was denkst du über den unterschiedlichen
Kleidungsverbrauch?

- Deutschland: über 20 kg
- Indien: 2 kg
- Kamerun: 0,5 kg

Schätze den ungefähren
Einkaufswert deiner Kleidung

 €

Davon erhielten ...

... der Einzelhandel: 50%	<input type="text"/>	€
... die Markenfirmen: 25%	<input type="text"/>	€
... Produzent*innen in Niedriglohnländern: 13%	<input type="text"/>	€
... Transportfirmen/Steuern: 11%	<input type="text"/>	€
... Textilarbeiter*innen: 1%	<input type="text"/>	€

Die Seminarleitung entscheidet gemeinsam mit den Teilnehmenden, ob die Ergebnisse gemeinsam ausgewertet oder still reflektiert werden. Falls sie gemeinsam ausgewertet werden, können sich die Teilnehmenden zum Beispiel je nach Anzahl der Kleidungsstücke, Einkaufswert etc. nebeneinander in einer Reihe (Skala) von viel bzw. hohem Wert bis wenig bzw. geringen Wert aufzustellen. Gut zur Aufstellung eignen sich z. B. die Fragen nach Anzahl der T-Shirts, der Schuhe oder nach Anzahl der selten/nie getragenen Teilen. Die an den Enden der Skala stehenden Personen und einige aus dem Mittelfeld nennen auf freiwilliger Basis die jeweilige Zahl/den jeweiligen Wert. Folgende Fragen helfen dabei, Meinungsbilder und Erkenntnisse im Plenum zusammenzutragen:

- Wart ihr über die Anzahl eurer Kleidungsstücke überrascht?
- Wusstet ihr, was in eurem Kleiderschrank hängt?
- Wie kommt es, dass ihr Klamotten, die ihr gekauft habt, nicht tragt?

Anschließend kann eine Diskussion über Kleiderkonsum allgemein oder eine weitere Option der Methode anschließen.

Option 2: Shoppen und ich

Die Seminarleitung stellt zunächst die vier Leitfragen vor. Die Teilnehmenden haben ca. 15 Minuten Zeit, um sich zu zweit oder in einer Kleingruppe darüber auszutauschen und ihre Antworten festzuhalten. Alternativ können sich die Teilnehmenden auch eigenständig reflektieren und ihre Antworten notieren:

- Wenn ich Kleidung/Nahrungsmittel/Kosmetik- bzw. Körperpflegeprodukte einkaufen gehe, dann achte ich besonders darauf, dass ...
- Meistens gehe ich Kleidung/Nahrungsmittel/Kosmetik- bzw. Körperpflegeprodukte einkaufen, wenn ich ...
- Normalerweise kleide ich mich so, dass ...
- Normalerweise esse ich ...
- Normalerweise nutze ich ...
- Wenn ich neue Kleidung/Nahrungsmittel/Kosmetik- bzw. Körperpflegeprodukte gekauft habe, fühle ich mich ...

Die Seminarleitung bittet die Teilnehmenden, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu benennen und hält die Antworten optional z. B. auf einem Flipchart fest. Die Antworten können gesammelt und am Ende des Seminars als Grundlage für eine Blitzlicht-Abschlussrunde wiederverwendet werden: Hat sich eine Einstellung geändert?

Option 3: Kleidung, Mode und wir

Die Teilnehmenden konzentrierten sich auf das Thema Kleidung/Mode und beantworten folgende Fragen alleine, zu zweit oder in einer Kleingruppe:

- Weshalb kleiden wir uns so, wie wir uns kleiden?
- Was versteht man unter Kleidung? Was unter Mode?
- Woran erkennt man, was gerade „in“ ist?
- Warum ziehen wir nicht immer dasselbe an?
- Welche Vor- oder Nachteile hat jemand, der oder die sich stets hochmodisch kleidet?

- Warst du schon einmal in einem Land, in dem sich die Menschen ganz anders anziehen als in Europa? Was denkst du darüber? Würdest du dich auch so kleiden? Warum/Warum nicht?
- Beurteilst du Fremde nach ihrem Aussehen und ihrer Kleidung? Wenn ja, warum?

Alternativ kann die Seminarleitung die Frage auf Zettel schreiben/ausdrucken und Lose gestalten. Teilnehmende ziehen dann ein Fragelos und beantworten diese Frage. Auch die Antworten auf diese Fragen können gesammelt und am Seminarendende als Basis für eine Abschlussreflexion genutzt werden.

Option 4: Kosmetik und Körperpflege – Sinn und Zweck und Absicht

Die Seminarleitung visualisiert in einer Tabelle folgende Leitfragen:

SINN & ZWECK WAS IST DER EFFEKT?	ABSICHT WARUM WOLLEN WIR DIESEN EFFEKT?
KOSMETIK	
KÖRPERPFLEGE	

Die Teilnehmenden treffen sich in Paaren und beantworten die beiden Fragen. Anschließend werden im Plenum die Standpunkte gesammelt und in der Tabelle visualisiert. Folgende Punkte sollten thematisiert werden:

	SINN & ZWECK WAS IST DER EFFEKT?	ABSICHT WARUM WOLLEN WIR DIESEN EFFEKT?
KOSMETIK	<ul style="list-style-type: none"> Makel überdecken Aussehen verbessern Selbstbewusstsein stärken Charakter unterstreichen „Sexy“ und „schön“ wirken 	<p>Ein (vermeintlicher) Makel ist eine Abweichung von einem gesellschaftlichen Ideal. Indem wir uns optimieren, steigern wir unsere gesellschaftliche Anerkennung und versichern uns gegenseitig unseres sozialen Status. Wir steuern unser Selbst- und Fremdbild und beeinflussen soziale und partnerschaftliche Beziehungen. Dieser Wunsch ist menschlich und kam in allen Epochen und allen Gesellschaften weltweit zum Ausdruck.</p>
KÖRPERPFLEGE	<ul style="list-style-type: none"> Körpergerüche vermeiden Krankheiten vermeiden Gepflegt wirken Wohlbefinden fördern 	<p>Körperpflege dient einerseits Krankheitsprävention (z. B. Zähneputzen), andererseits erfüllt sie gesellschaftliche Normen. Sie ist Teil des menschlichen Bedürfnisses nach Kontrolle über die Natur. Diese haben sich erst im Laufe der Zeit entwickelt. Gleichzeitig steigt unser Bedürfnis nach Produkten mit steigendem Wohlstand und Angebot (z. B. Kernseife wäre für die hygienische Reinhaltung ausreichend, tatsächlich nutzen wir aber Shampoo, Conditioner, Duschgel, Hautcreme etc.).</p>

Zur Auswertung kann am Ende des Workshops auf diese Übersicht zurückgegriffen werden. Wichtige Fragen sind dazu:

- Inwiefern möchten wir ungerechte globale Beziehungen aufrechterhalten und soziale und ökologische Kosten im Globalen Süden verursachen, um unsere sozialen Normen aufrecht zu erhalten?
- Inwiefern können wir unsere Ansprüche verändern oder Alternativen nutzen?

Die Seminarleitung fasst zentrale Ergebnisse zusammen und hält diese ggf. auf einem Flipchart fest.

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Die Methode regt dazu an, unser Verhältnis zum Einkauf und den damit zusammenhängenden Mustern grundlegend zu hinterfragen. Hier könnte „Shoppen“ als Freizeitbeschäftigung, als Frustbewältigung oder zur Belohnung eine Rolle spielen und hat sich somit

verändert: von einer lebenserhaltenden Maßnahme (Lebensmittel, Kleidung gegen Kälte, Körperpflege als Prävention von Krankheiten) hin zum Lifestyle und Mittel zur Inszenierung von individuellem Ausdruck. In der auswertenden Diskussion sollten damit verbundene kulturelle Normen (Was gilt als erstrebenswert?), wirtschaftliche Interessen (Beeinflussung durch Werbung), soziale Kosten für Arbeiter*innen und ökologische Kosten für die Natur zur Sprache kommen.

Risiken und Nebenwirkungen

Die Seminarleitung sollte unbedingt darauf hinweisen, dass es bei dieser Methode nicht um eine (positive oder negative) Bewertung des Konsumverhaltens einzelner geht, sondern darum, sich das eigene Kaufverhalten bewusst zu machen und zu zeigen, in welcher Spannbreite sich der Konsum aller Teilnehmenden bewegt. Warum manche Teilnehmende zum Beispiel wenige Klamotten besitzen, kann Stoff für Diskussionen bieten: Aus finanziellen Gründen? Wegen bewusstem Konsumverzicht? Weil Kleidung im Leben eine untergeordnete Rolle spielt?



DIE GROSSE TRANSFORMATION – ZUKUNFT HEUTE MITGESTALTEN



TEURE SCHNÄPPCHEN

WORKSHOP-PHASE

Wissensvermittlung

ZIEL

Clip 1: Welternährung

Die Teilnehmenden erhalten einen ersten Eindruck über zentrale Probleme der Welternährung.

Clip 2: Klimawandel

Die Teilnehmenden erhalten einen ersten Eindruck über zentrale Probleme der Globalen Erwärmung und inwiefern diese in Zusammenhang mit Ernährung steht.

Clip 3: Teure Schnäppchen

Die Teilnehmenden erkennen, dass die Nutzung von Produkten versteckte soziale und ökologische Kosten produziert und Konsument*innen nicht die vollen Kosten bezahlen. Diese werden insbesondere auf sozial Schwache, künftige Generationen und die Umwelt abgewälzt.

Clip 4: Welthandel

Die Teilnehmenden lernen, wie der Welthandel funktioniert, welche Ungleichgewichte dabei bestehen und wo der Faire Handel ansetzt. Sie hinterfragen das Welthandelssystem und reflektieren, warum es zwei parallele Handelssysteme gibt, das „normale“ und das des Fairen Handels. Sie denken über die Rolle von sogenannten „Entwicklungsländern“ und die Rolle der EU im Welthandel nach.

Clip 5: Mode & Nachhaltigkeit

Die Teilnehmenden erfahren mehr über Umweltschäden und ökologische Nebenwirkungen von „Fast Fashion“ und erkennen Handlungsoptionen.

INHALT

Die Clips von „WissensWerte“ vermitteln komplexe Fragen politischer Bildung anschaulich animiert. Diese Methode greift einige dieser Clips auf, die sich insbesondere für entwicklungs-politische Bildungsarbeit eignen.

DAUER

Ca. 20–30 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

ggf. Flipchart zur Auswertung
Filme: Kanal „WissensWerte“ auf Youtube
oder unter www.e-politik.de

TECHNIK UND RAUM

Laptop, Beamer und Lautsprecher,
freie Projektionsfläche

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Zu den oben beschriebenen Themen finden sich viele Hintergrundinformationen im Internet. Die Bundeszentrale für politische Bildung bietet eine große Sammlung von Studien, Analysen und Berichten zu unterschiedlichen Themen, darunter auch Nachhaltigkeit, Ernährung und Klimawandel: www.bpb.de

Für den Themenbereich nachhaltige und faire Kleidung finden sich auf den folgenden Seiten noch mehr Informationen sowie Materialien:

- <https://www.fashionrevolution.org/europe/germany/>
 - <https://femnet-ev.de/>
 - <https://saubere-kleidung.de/>

ABLAUF

Clip 1: Welternährung

Die Teilnehmenden werden gebeten, sich aufkommende Fragen einzuprägen und während des Films Notizen zu machen. Die Seminarleitung zeigt den Kurzfilm „WissensWerte: Welternährung“. Zur Auswertung vergleichen die Teilnehmenden ihre Notizen im Plenum. Alternativ können Gruppen nach Schwerpunktthemen eingeteilt werden, die sich zu ihrer Rubrik Notizen machen, um diese anschließend im Plenum zu vergleichen. Folgende Aspekte sollten reflektiert werden:

- Vernichtung der Lebensgrundlage von Kleinbäuerinnen* durch finanzkräftige Agrarkonzerne
- Hohe Input-Kosten für Landwirt*innen durch z. T. gentechnisch verändertes Saatgut, Pestizide, Herbizide und Düngungsmittel
- Flächen- und Preiskonkurrenz durch Anbau von Lebensmitteln, Futtermitteln und Biotreibstoffen; Preisschwankungen aufgrund von Börsenspekulationen mit Getreide
- Abschottung des europäischen Marktes für landwirtschaftliche Produkte bei gleichzeitiger Subvention der inhereuropäischen Produktion

Die Seminarleitung hält zentrale Aussagen fest. Ggf. kann sie ein Flipchart mit zentralen Aussagen vorbereiten und gemeinsam mit den Teilnehmenden besprechen:

Welternährung: Herausforderungen

- Börsen legen weltweit gültige Preise für Getreide fest, Spekulationen finden statt
- Die vier größten Getreide- und Sojahändler kontrollieren 75% des Weltmarktes
- Agrarkonzerne verdrängen zunehmend Kleinbäuerinnen*
- Monokulturen senken langfristig Bodenqualität und Erträge, der Klimawandel verringert Anbauflächen
- Zölle und Produktnormen schützen den europäischen Markt vor Importen

- Europäische Subventionen begünstigen europäische Agrarproduzent*innen
- Konkurrenz um Anbauflächen für Lebens- und Futtermittel sowie Biokraftstoffe
- 1/3 der Lebensmittel verderben oder landen im Müll
- 2050 müssen sich 9 Mrd. Menschen ernähren

Clip 2: Klimawandel

Die Seminarleitung stimmt die Teilnehmenden auf das Thema ein: Im Folgenden werden mögliche Zusammenhänge des Klimawandels mit unserem Ernährungsstil erkundet. Der folgende Kurzfilm gibt einen kurzen Überblick über den aktuellen Stand der Wissenschaft zu den Themen Globale Erwärmung und Klimawandel. Die Teilnehmenden werden gebeten, während des Kurzfilms „WissensWerte: Klimawandel“ eine Mind Map zu erstellen. Zur Auswertung vergleichen die Teilnehmenden ihre Mind Maps im Plenum. Die Seminarleitung kann zur Auswertung eine große Mind Map anfertigen und die Assoziationen eintragen.

Clip 3: Teure Schnäppchen

Die Teilnehmenden sehen gemeinsam den Info-Clip „Teure Schnäppchen“ an. Davor bittet die Seminarleitung die Teilnehmenden, sich zu notieren, was ihnen besonders auffallend oder interessant erscheint. Im Anschluss daran sammelt die Seminarleitung die Punkte: Was also sind versteckte soziale und ökologische Kosten? Wichtige „negative Externalitäten“ bzw. versteckte soziale und ökologische Kosten sind:

- Umweltauswirkungen der Produktion: sinkende biologische Vielfalt
- Fehlender Arbeitsschutz erhöht Krankheitskosten
- Volkswirtschaftlicher Verlust durch Mangel an Schulbildung

- CO₂-Ausstoß und Auswirkungen durch den Klimawandel (Kosten für Extremwetter und Katastrophen, langfristige klimatische Veränderungen)
- Transport verursacht Straßenschäden, Lärm, Feinstaub und erhöht Infrastruktur- bzw. Krankheitskosten
- Kosten für Entsorgung und Beseitigung von Umweltschäden durch falsches Entsorgen

Clip 4: Welthandel

Die Teilnehmenden sehen gemeinsam den Clip ‚Welthandel‘. Die Seminarleitung stimmt die Gruppe vorab kurz darauf ein, dass nun der Bereich Welthandel – Fairer Handel ein wenig mit Fakten unterfüttert wird und anhand von konkreten Beispielen einige Abläufe und Mechanismen des Welthandels erläutert werden. Zusätzlich bittet sie die Teilnehmenden, sich aufkommende Fragen zu merken und diese am Ende zu stellen. Die Teilnehmenden werden aufgefordert, besonders darauf zu achten, wie Preise zustande kommen und wo Ungleichheiten im Handelssystem bestehen. Anhand der folgenden Leitfragen wird anschließend in der Gruppe über das Welthandelssystem diskutiert, in dem zum einen einige im Film thematisierte Mechanismen nochmal deutlich gemacht werden. Zum anderen wird in der Diskussion reflektiert, warum es zu Gewinner*innen und Verlierer*innen kommt, welche Rolle sogenannte „Entwicklungsländer“ und Länder der EU im Welthandel und bei der Gestaltung des Welthandelssystems haben und welche Rolle die Menschen der jeweiligen Länder haben – als Arbeiter*innen, Anbauende oder Konsumierende:

- Wie ist das Welthandelssystem ausgestaltet?
- Können Industrie- und sogenannten „Entwicklungsländer“ gleichermaßen profitieren?
- Welche Folgen haben Subventionen auf Hühnerfleischexporte nach Afrika?
- Warum erheben afrikanische Länder nicht einfach höhere Zölle auf die Einfuhren von Lebensmitteln?

- Was wird vor allem aus sogenannten „Entwicklungsländern“ in die EU importiert? Was genau ist das Problem mit den Preisen an den Weltmärkten für Rohstoffe wie z. B. Kaffee oder Kakao?
- Warum möchte die EU nicht ihren Markt für bspw. Schokolade aus Afrika öffnen? Warum lässt sie lieber nur den rohen Kakao herein?
- Wer sind Gewinner*innen, wer Verlierer*innen im Welthandel? Warum wird das Welthandelssystem nicht gerechter gestaltet?
- Was macht der Faire Handel anders?
- Warum ist nicht der gesamte Handel fair?

Clip 5: Mode & Nachhaltigkeit

Die Seminarleitung bittet die Teilnehmenden, sich in zwei Kleingruppen aufzuteilen: Gruppe „Kunstfasern“ (umfasst 70% der Teilnehmenden, von 10 Teilnehmenden also sieben) und die Gruppe „Baumwolle“ (30%, z. B. drei Teilnehmende). Beide Gruppen notieren sich zentrale Informationen. Anschließend tragen die Teilnehmenden die Informationen zusammen. In der Auswertung sollten folgende Kategorien besprochen werden, die auch sichtbar gemacht werden können, um die Notizen zielgerichtet zu unterstützen:

- Belastung von Flüssen und Wasser
- Belastung durch Pestizide/Insektenschutzmittel
- Belastung für die menschliche Gesundheit
- Belastung für Tiergesundheit
- Handlungsmöglichkeiten: Politik und Konsument*innen

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Auf dem YouTube-Kanal und der Webseite von WissensWerte finden Sie zahlreiche weitere Clips zu unterschiedlichen Themen, die sich sehr gut für die Seminararbeit eignen.



MEIN FUSS- UND HANDABDRUCK: IDEEN FÜR EINE SOLIDARISCHE LEBENSWEISE ENTWICKELN

WORKSHOP-PHASE

Reflexion und Aktivierung

INHALT

Die Art und Weise, wie wir leben und wirtschaften, ist kein Automatismus – sie ist menschengemacht und kann durch Menschen verändert werden. Eine solidarische Lebensweise ermöglicht es den Menschen, ihre Bedürfnisse zu verwirklichen und gleichzeitig die Mitwelt zu erhalten.

ZIEL

Teilnehmende erkennen zunächst ihren ökologisch-sozialen Fußabdruck und erarbeiten dann Handlungsmöglichkeiten (Handabdrücke), um diesen zu verkleinern. Sie überlegen, wie sie eine solidarische Lebensweise in ihrem Alltag auf unterschiedlichen Handlungsebenen (Makro- und Mikro-Ebene) umsetzen können.

DAUER

Ca. 60 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

- Schmier-, Flipchart- oder Packpapier (für jede*n Teilnehmende*n oder ein sehr großes für die gesamte Gruppe)
 - Stifte
- Ausstellungsflächen oder Pinnwände

TECHNIK UND RAUM

Kleingruppentische oder genügend Platz, um ein großes Papier auf dem Boden auszubreiten und im Sitzen auf dem Boden zu arbeiten

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Das Konzept „Hand Print“, ursprünglich von der indischen Organisation CEE als offenes Konzept ins Leben gerufen, wurde von Germanwatch weiterentwickelt und ermutigt Menschen dazu, sich wirkungsvoll für nachhaltige Entwicklung einzusetzen und gesellschaftliche Gestaltungsspielräume dafür zu nutzen. Germanwatch regt mit dem Hand Print transformative, politische und in reale Strukturen hineinwirkende Formen des Engagements an:

<https://bit.ly/2T2I9N7> und <https://bit.ly/2SvFC9I>
(in englischer Sprache)



ABLAUF

Die Seminarleitung bittet die Teilnehmenden, einen Schuh sowie die Socke auszuziehen und sich auf das Papier (individuell oder auf das große Gruppenpapier) zu stellen. Sie zeichnen nun die Umrisse eines Fußes auf das Papier. Anschließend beschriften Sie zunächst die Zehen:

- **Großer Zeh:** Fortbewegung
- **Zweiter Zeh:** Energieverbrauch
- **Dritter Zeh:** Konsum Ernährung
- **Vierter Zeh:** Konsum Kleidung
- **Kleiner Zeh:** Konsum Technik

Im Anschluss überlegen die Teilnehmenden, wie die genannten Aspekte in ihrem Leben ausgeprägt sind und notieren ihre Gedanken dazu – wie groß ist ihr persönlicher Fußabdruck? Die Seminarleitung bittet die Teilnehmenden nun, gemeinsam zu besprechen, welche Aspekte sie verändern möchten und welche Ideen sie dazu haben. Dafür gibt es drei mögliche Handlungsebenen:

- Individuelle Veränderung
- Veränderung im direkten Umfeld (z. B. Freundeskreis, Familie, FSJ/BFD-Einsatzstelle, AWO-Einrichtung etc.)
- Veränderung in der weiteren Umgebung (z. B. Wohnort, politische Landes- oder Bundesebene, europaweit etc.)

Dann zeichnen sie einen Handabdruck auf das Papier und beschriften die Finger:

- **Daumen:**
Das ist meine Idee
- **Zeigefinger:**
Darauf möchte ich Andere hinweisen.
(Die Seminarleitung sollte an dieser Stelle erwähnen, dass man andere Personen auf bestimmte Umstände hinweisen und sich austauschen kann, aber dass ein Aufzwingen einer vermeintlich „besseren“ Sicht vermieden werden sollte.)
- **Mittelfinger:**
Das möchte ich verändern
- **Ringfinger:**
So viel Zeit möchte ich an die Veränderung binden
- **Kleiner Finger:**
Diese Person kann mir behilflich sein

Sie ergänzen ihre Gedanken und schreiben diese in/ neben den jeweiligen Fingern auf. Im Anschluss diskutieren und konkretisieren die Teilnehmenden ihre Ideen für Veränderung und Wandel. Dazu zeichnet die Seminarleitung folgende Matrix auf das Papier und befestigt dieses an der Wand (oder legt dieses am Boden aus):

Option 1:

Die Teilnehmenden sollen sich auf eine gemeinsame zu verändernde Maßnahme einigen, die sie als Seminargruppe in einem bestimmten Zeitraum (während des Seminars, während des FSJ/BFD-Jahres, etc.) umsetzen möchte. Die Seminarleitung fragt die Teilnehmenden, welche Ideen für Veränderung sie haben, auf welcher Handlungsebene diese stattfindet und was das Ziel der Veränderung ist. Die Teilnehmenden notieren die Antworten auf Schmierpapierzettel oder Moderationskarten. Die Ergebnisse werden in Reihe 1 geclustert. Anschließend werden ähnliche Ideen zusammengefasst und kurz in der Reihe 2 beschrieben. Dies kann bis Reihe 4 fortgeführt werden. Am Ende stehen eine oder mehrere konkrete Ideen. Die Teilnehmenden teilen sich anschließend den Ideen zu und beginnen damit, die Umsetzung zu planen:

- Was ist das Ziel der Veränderung?
- Wen soll die Veränderung erreichen?
- Wann findet die Veränderung statt?
- Was muss vorbereitet werden?
- Wie oft müssen wir uns zur Vorbereitung treffen?

Die Teilnehmenden nehmen dann den Auftrag aus dem Seminar mit, die Aktion vorzubereiten, umzusetzen und durch einen Bericht und/oder auf sozialen Medien zu dokumentieren.

Option 2:

Die Teilnehmenden konkretisieren individuell oder in kleineren Gruppen ihre Ideen für Veränderung. Dazu kann ebenfalls das Schema verwendet werden oder eine andere bewährte Methode zur Ausgestaltung von Aktions- und Projektideen, z. B. die SMART-Projektentwicklungsmethode.

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

AWO International freut sich darüber, mehr über die Aktionen zu erfahren. Der Ratgeber „Gerecht Aktiv“ und die dazugehörige Aktionsbox kann die Teilnehmenden dabei unterstützen, eigene Aktionen zu planen und vorzubereiten. Mehr Informationen dazu gibt es in unserem Aktionsbüro.

Risiken und Nebenwirkungen

Der Alltag mit Lohnarbeit inklusive wenig Zeit für sich, Freund*innen und Familie und Hinarbeiten auf den nächsten Urlaub werden in der Regel nicht hinterfragt und Angebote, die dieses Leben erleichtern, gerne genutzt: Ein Auto bringt uns schneller zur Arbeit und zurück, Fertiggerichte sparen Zeit, niedrige Kosten für Konsumgüter erlauben uns, beim Urlaub noch ein bisschen weiter weg zu fliegen und Neues zu „entdecken“. Daher fällt es uns schwer, aus dem Muster der „imperialen Lebensweise“ auszubrechen und wir schätzen die negativen Auswirkungen der notwendigen Veränderungen als zu drastisch ein, weshalb wir oft im „Status Quo“ verharren. Veränderung ist oft schwieriger als gedacht! Deshalb hilft es, in diesem Fall ‚systemisch‘ zu denken und unsere direkten Mitmenschen in die Veränderung einzubeziehen. Einerseits lässt sich gemeinsam mehr erreichen, andererseits sinkt die Wahrscheinlichkeit, dass die Veränderung negative Auswirkungen hat: Wenn man z. B. mit dem Fahrrad zur Arbeit fahren möchte, dafür aber länger braucht, sollten auch Kolleg*innen und Vorgesetzte sensibilisiert werden: Vielleicht möchte noch jemand mit dem Fahrrad fahren? Lässt sich ein flexibler Arbeitsbeginn verhandeln, damit alle profitieren können?

ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Ernährungsgerechtigkeit, Flächenkonkurrenz und Klimawandel



EINSTIEG IN DAS THEMA

41–43

UNSER ACKER: 2000 m²



WISSENSVERMITTLUNG

44–46

GLÜCK GEHABT?

47

Was sagt das Bruttoinlandsprodukt
eigentlich aus?



REFLEXION

48

Soja – eine Bohne für Trog und Teller
Dokumentarfilm „Raising Resistance“



AKTIVIERUNG

49–52

**DAS PERFEKTE
KLIMA-DINNER**

Diese Methoden ermöglichen einen regionalen und globalen Blick über den Tellerrand. Der Schwerpunkt liegt auf den Themenbereichen Lebensmittelverschwendung, Ernährungsgerechtigkeit und Landnutzung sowie Welt- handel und fairer Handel. Dabei richtet sich der Blick nicht nur auf den eigenen Konsum, sondern auch auf ungerechte globale Land- nutzungs- und Handels- strukturen.



ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Ernährungsgerechtigkeit, Flächenkonkurrenz und Klimawandel



UNSER ACKER: 2000 m²

WORKSHOP-PHASE

Einstieg in das Thema

INHALT

Wenn wir die globale Ackerfläche von 1,4 Mrd. Hektar durch die Zahl aller Menschen teilen, ergibt das 2000 m² pro Person – ca. ein Drittel eines Fußballfeldes. Damit theoretisch Verteilungsgerechtigkeit herrscht, sollte darauf alles wachsen, was diesen Menschen und dessen Nutztiere nährt und versorgt. Die Methode erkundet zunächst, wie viele Lebensmittel die Teilnehmenden in einer Woche für gewöhnlich konsumieren und wie deren 2000 m²-Äcker aussehen würden.

ZIEL

Die Teilnehmenden erkennen, inwiefern Lebensmittel mit Ackerfläche und Landverbrauch in Verbindung stehen, erkennen Zusammenhänge zwischen dem Konsum von Fleisch- sowie Milchprodukten und Landverbrauch und erfahren, warum Anbauflächen im Spannungsfeld zwischen Nahrungs- und Futtermittelproduktion stehen.

DAUER

Ca. 60 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

- Bilderalbum „Hungry Planet“ (<https://bit.ly/2joNiOZ>)
- Broschüre „Mein Weltacker“ (in der Methodenbox oder unter www.2000m2.eu bestellbar und als PDF: <https://bit.ly/2UYj8z8>)
- ggf. Flipchart mit Fragen und Beispielen
- pro Kleingruppe ein leeres Flipchart
- Stifte/Marker/Buntstifte

TECHNIK UND RAUM

Laptop, Beamer, Tische für Kleingruppenarbeit, Pinnwände und Pins

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Quellen:

- Initiative „Mein kleiner Weltacker“, Berlin (2018) (www.2000m2.eu)
- University of Minnesota, Saint Paul (Cassidy et. al., Environmental Research Letters Vol. 8 Nr. 3, 2013)

ABLAUF

Die Seminarleitung kann zu Beginn zur Anregung Fotos der Bildreihe „Hungry Planet“ zeigen. In dieser werden 35 Familien weltweit und ihr Lebensmittelbedarf während einer Woche portraitiert. Im Anschluss daran kann kurz ausgewertet werden, was bei der Betrachtung der Bilder aufgefallen ist. Im Anschluss daran beantworten die Teilnehmenden zunächst für sich die Frage, was sie für gewöhnlich innerhalb einer Woche an Lebensmitteln konsumieren. Die Teilnehmenden notieren zunächst persönlich die für gewöhnlich konsumierten Lebensmittel und Zutaten. Die Teilnehmenden teilen sich anschließend in Kleingruppen auf und reflektieren den Flächenverbrauch dieser Nahrungsmittel, also welche Bestandteile davon direkt oder indirekt vom Acker, von der Weide oder der Plantage kommen. Um die Aufgabe zu verdeutlichen, kann die Seminarleitung zwei Beispiele erläutern:

Nachdem die Kleingruppen gemeinsam ausgearbeitet haben, welche gewöhnlich konsumierten Lebensmittel ländliche Anbaufläche benötigen, schätzen sie ihren Flächenverbrauch im Anbau. Sie können diesen entweder schätzen oder nutzen dabei die Webseite www.rechner.2000m2.eu, die für Zugriffe von Handys optimiert ist. Dann erhält jede Kleingruppe ein leeres Flipchart, das ihren „Gruppenacker“ darstellt. Dieser Gruppenacker umfasst 2000 m² mal der Anzahl der Teilnehmenden in der Kleingruppe (bei 5 Teilnehmenden z. B. 10 000 m²). Die Leitfrage der folgenden Aufgabe lautet:

„Stellt euch vor, das Flipchart ist eine landwirtschaftliche Fläche, auf der eure Nahrungsmittel produziert werden müssen. Wie viel davon ist Acker, Weide oder Plantage für euren Lebensmittelkonsum?“

BEISPIEL 1: MÜSLI

Bestandteile:

Nüsse und Körner, Milch/Joghurt/Pflanzendrink, Obst

Nüsse von Nussbäumen = Landfläche

Körner von Getreidefeldern = Ackerfläche

Milch oder Joghurt von Kühen, diese benötigen Futtermittel = Ackerfläche

Pflanzendrink aus Sojabohnen oder Getreide = Ackerfläche

Obst von Obstbäumen = Landfläche

BEISPIEL 2: BURGER

Bestandteile:

Fleischburger, Brötchen, Gemüse, Mayonnaise, Bratfett

Brötchen aus Getreide = Ackerfläche

Tomaten, Gurken und Salat = Gewächshaus

Zwiebeln = Landfläche

Fleisch, z. B. aus Rindfleisch: in der Regel 100–420 Tage = Landfläche

Weidezucht

im Anschluss 120 Tage

Nähmast: Futtermittel = Ackerfläche

Mayonnaise aus Eiern und Fett:

Futtermittel für Hühner vom Acker = Ackerfläche

Fett aus Ölfrüchten = Ackerfläche

befindet sich in der Region. Alles, was dort aufgrund des Klimas nicht angebaut werden kann, müssen die Teilnehmenden „importieren“. Dazu schreiben sie eine „Importliste“ und schätzen, wie viel Fläche sie dafür im Ausland benötigen. Die Teilnehmenden unterteilen nun ihren „Gruppenacker“ in Anbauflächen und zeichnen diese anteilig ein: Sie berücksichtigen sowohl alles, was für ihren Lebensmittelkonsum wachsen muss, als auch Flächen zum Anbau von Futtermitteln. Die Kleingruppen präsentieren ihre Äcker im Plenum. Die Ergebnisse werden verglichen und auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede untersucht. Die Seminarleitung stellt zur Auswertung zunächst die Grundidee der Methode vor (Weltweite Ackerfläche geteilt durch Weltbevölkerung = $2000\text{m}^2/\text{Kopf}$) und teilt die Broschüre $2000\text{m}^2 - \text{Mein kleiner Weltacker}$ aus bzw. zeigt diese online:

- S. 1 (Print)/S. 13 (PDF) zeigt die momentane Anbausituation in ihrer Gesamtheit weltweit. Die Teilnehmenden vergleichen diesen Acker mit ihren „Gruppenäckern“ und finden Gemeinsamkeiten und Unterschiede
- S. 3 (Print)/S. 19 (PDF), dass ein Acker in der Größe von 2000m^2 den Futtermittelbedarf von zwei Schweinen deckt. Die Rückseite zeigt andere Ernteerträge des Ackers.

Diese Informationen bilden die Grundlage für die gemeinsame Auswertung. Folgende Fragen können dabei behilflich sein:

- Wie viel Fleischkonsum pro Kopf kann sich die Menschheit leisten, wenn theoretisch jedem Menschen 2000m^2 Ackerfläche zustehen?
- Wie ist die Situation im Jahr 2050 bei steigender Weltbevölkerung, aber nahezu gleichbleibender Ackerfläche?
- Reichen die Ackerflächen in Europa, um unseren Bedarf zu decken?
- Inwiefern gibt es eine Flächenkonkurrenz zwischen Lebensmittel- und Futtermittelanbau?
- Was bedeutet verstecktes Land?

Die Seminarleitung fasst die Ergebnisse zusammen.

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Die Berechnung der 2000m^2 ist in erster Linie eine theoretische. Frucht- und nutzbares Ackerland ist weltweit ungleich verteilt und von klimatischen Einflüssen und der Beschaffenheit des Bodens abhängig. Diese Methode dient in erster Linie dazu, ein allgemeines Verständnis und Gefühl für Landnutzung und die entstehende Konkurrenz zwischen Nahrungs- und Futtermittelanbau in der Flächennutzung zu gewinnen. Dabei ist es zunächst nicht relevant, ob die Ackerflächen realistisch geschätzt werden oder wie viele Kilogramm Futtermittel eine Kuh benötigt. Es entsteht auch eine „logische Lücke“, da die Teilnehmenden zunächst ihren Lebensmittelbedarf pro Woche ermitteln, Ackerflächen jedoch den Bedarf eines ganzen Jahres abdecken müssen. Ein weiterer wichtiger Punkt aus entwicklungs-politischer Perspektive ist die Tatsache, dass wir auch für unseren Lebensmittelkonsum auf Landfläche im europäischen und weltweiten Ausland zurückgreifen. Dies führt vor Ort zur Konkurrenz zwischen hochpreisigen Exportlebensmitteln (z. B. Avocados oder anderes Obst und Gemüse aus dem Globalen Süden) und günstigeren Lebensmitteln, die auf lokalen Märkten nachgefragt werden. Insbesondere in Lateinamerika führt großflächiger Anbau von Futtermitteln, vor allem Soja, zu Landnutzungskonflikten und als Nachnutzung auf Weideflächen, wofür auch Ur- und Regenwald abgeholzt werden. Die Praktik, Nahrungsmittel für unseren Konsum aus Ländern des Globalen Südens günstig einzuführen, hat sich während des Kolonialismus gefestigt und wird bis heute fortgeführt. Weitere interessante Punkte sind:

- So wie es „verstecktes Wasser“ in Lebensmitteln gibt, gibt es auch „verstecktes Land“, das zur Erstellung des Produktes benötigt wird. So hat zum Beispiel auch Bier einen Landverbrauch, da Hopfen und Getreide angebaut werden müssen.
- Viel Ackerfläche wird für Kraftfutteranbau in Anspruch genommen. Dazu kommen Wasser- und Energieverbrauch für Transport und Herstellung von Fleischprodukten. Würde die gesamte Getreideernte zu Nahrungsmitteln verarbeitet und gar nichts mehr zu Futtermitteln für Rinder, Schweine oder Geflügel, dann könnten vier Mrd. Menschen mehr ernährt werden. Würden Menschen kein Fleisch, aber noch Milchprodukte und Eier essen, könnten 815 Mio. Menschen mehr satt werden.



ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Ernährungsgerechtigkeit, Flächenkonkurrenz und Klimawandel



GLÜCK GEHABT?

WORKSHOP-PHASE

Wissensvermittlung

INHALT

Diese Methode diskutiert Verteilungsfragen rund um das Thema Fleischkonsum und verdeutlicht zugleich spielerisch trockene Statistiken zu Bevölkerungs-, BIP-Verteilung und Fleischkonsum.

ZIEL

Durch die Veranschaulichung der Verteilungsverhältnisse zwischen Ländern des Globalen Nordens und Südens werden Gerechtigkeitsfragen aufgeworfen und mit Teilnehmenden diskutiert. Diese Methode verdeutlicht als Aufstellung den weltweit ungerecht verteilten materiellen Wohlstand sowie ungleich große soziale und ökologische Fußabdrücke.

DAUER

Ca. 60 Minuten

ZIELGRUPPE

Mindestens 10 Teilnehmende.
Für Jugendliche und Erwachsene geeignet.

MATERIAL

- Blätter mit Ländernamen und Bevölkerungszahlen (in der Methodenbox oder zum Download auf unserer Webseite)
- Teller, Stühle, pro Teilnehmende ein paar Schuhe

TECHNIK UND RAUM

Ausreichend Platz, um die Stühle im Raum zu gruppieren

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Idee und Quelle: Das Weltverteilungsspiel, Bildung trifft Entwicklung/Global 2015, Korede Amojó/Michael Bradford Wiley (2015)

ABLAUF

Die Teilnehmenden bilden zunächst einen Sitzkreis. Wichtig ist, dass die Anzahl der Stühle exakt der Anzahl der Teilnehmenden entspricht. Alle anderen Stühle sollten vor Beginn aus dem Raum geräumt werden. Die Seminarleitung legt in der Mitte sechs Blätter mit Ländernamen und sechs Blätter mit Bevölkerungszahlen aus. Die Teilnehmenden ordnen gemeinsam die Bevölkerungszahlen den Ländern zu, zum Beispiel an einer Pinnwand. Sie wiederholen die Zuordnung mit Daten zum Bruttoinlandsprodukt, zum Fleischkonsum, zu Unterernährung und zum durchschnittlichen CO²-Fußabdruck.

Um die Zahlen begreifbar zu machen, werden die Teilnehmenden zunächst gebeten, sich den einzelnen Ländern proportional zuzuordnen:

- Verteilung der Bevölkerung auf die einzelnen Länder: Die gesamte Gruppe repräsentiert im Spiel die Bevölkerung der Länder Brasilien, China, Deutschland, Indien, Nigeria und USA zu 100%. Die Teilnehmenden schätzen nun ein, wie sich die Bevölkerung prozentual auf die ausgewählten Länder verteilt und gruppieren sich entsprechend ihrer Schätzungen zu den Ländern. Die Seminarleitung korrigiert anschließend mithilfe der Tabelle die Zuordnungen.
- Verteilung des Bruttoinlandsprodukts (BIP): Das BIP zeigt das Einkommen einer Volkswirtschaft an, da es die wirtschaftliche Leistung an den Erwerb- und Vermögenseinkommen misst. Das Bruttoinlandsprodukt wird mit Stühlen symbolisiert. Die Gesamtanzahl der Stühle entspricht der Gesamtzahl der Teilnehmende. Die Aufgabe der Teilnehmende ist es, die Gesamtanzahl der Stühle so den einzelnen Ländergruppen zuzuteilen, dass das BIP der Länder im Verhältnis zueinander sichtbar wird. Wie viele Stühle wandern zu Deutschland, Brasilien, Nigeria, China und USA? Die Seminarleitung berichtigt die Aufteilung anhand der Tabelle. Dann werden die einzelnen Ländergruppen aufgefordert, auf „ihren“ Stühlen oder dem Boden Platz zu nehmen.
- Ungleich hoher CO²-Fußabdruck: Die Teilnehmenden ziehen dann ihre Schuhe aus und legen diese in

die Mitte des Raumes. Alle Schuhe präsentieren den gesamten Ausstoß von CO² der anwesenden Bevölkerungen. Sie teilen die Schuhe anteilig den einzelnen Ländergruppen zu

- Fleischkonsum: Nun schätzen die Teilnehmenden ein, wie viel Kilogramm Fleisch pro Person im Jahr in den Ländern verbraucht werden und ordnen den Ländern die entsprechende Anzahl an Tellern und die geschätzte Menge in kg zu. Die Angaben beziehen sich auf den gesamten Verbrauch, einschließlich dessen, was in Schlachthöfen, im Handel oder zu Hause weggeworfen wird.
- Abschließend informiert die Seminarleitung die Ländergruppen über den Anteil an unterernährten Menschen. Die Gruppen können einen Bogen mit der entsprechenden Prozentzahl erhalten.

Die Teilnehmenden bleiben nun in den Ländergruppen und nehmen zunächst einmal die Situation im Raum wahr. Die Seminarleitung sammelt Fragen oder Standpunkte der Teilnehmenden ein oder nutzt folgende Fragen zur Auswertung:

- Wie nehmt ihr eure Situation im Raum wahr?
- Wie fühlt ihr euch?
- Wie nehmt ihr die Verteilung der einzelnen Bereiche wahr?
- Wie viele Stühle habt ihr in den letzten 30 Jahren erwirtschaftet? Wie viele waren schon da?
- Wie ist der Reichtum in eurem Land verteilt? Wer darf auf dem Stuhl sitzen?
- Möchtet ihr auch einen Stuhl/Stühle haben? Warum?
- Könnt ihr euch vorstellen, Stühle abzugeben?
- Wie kann das Problem gelöst werden? (Theoretisch gibt es für jede Person einen Teller und einen Stuhl)

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Die Proportionen in den Tabellen sind stark gerundet, um die Methode anwendbar zu machen. Die Teilnehmende können ggf. darauf hingewiesen werden. Die folgende Methodenbeschreibung ist aus dem Methodenheft „Ein Teller voller Klima“ entnommen und wurde geringfügig verändert.

Das BIP umfasst den Wert aller produzierten Waren und Dienstleistungen. Wo viel produziert wird, ist es höher.

Dies bedeutet aber auch, dass es in (Post-)Industrieländern einen größeren Bedarf nach qualifizierten Arbeitskräften gibt, um die Produkte und deren Herstellung zu steuern. Die Preise und die Löhne sind höher. Diese Länder profitieren im Übrigen seit mehreren Jahrhunderten von der Industrialisierung und der damit verbundenen Wertschöpfung aus Rohstoffen.

Fleisch ist sehr aufwendig zu produzieren, hat einen großen Flächenverbrauch und ist daher teuer. In Brasilien sind die Kosten geringer, weil Landflächen in dem sehr großen Land sehr günstig zur Verfügung stehen, der Staat in Biotechnologie investiert und Monokulturen fördert. Fleisch ist daher vergleichsweise günstig und wird als Grundnahrungsmittel wahrgenommen. In den Industriestaaten ist Fleisch auch relativ günstig, da die industrialisierte Viehzucht Kraftfutter z. B. auf Mais- oder Sojabasis zu günstigen Preisen, z. B. aus Brasilien, aufkaufen kann. Daher kann eine große Menge Fleisch relativ günstig produziert werden. In Indien und China hingegen sind Landflächen aufgrund der großen Bevölkerungszahlen knapp, es werden traditionell eher Getreide und Gemüse angebaut, da diese Produkte mehr Menschen ernähren können. China profitiert jedoch in den letzten Jahrzehnten von der Ausweitung einer intensiven Schweinezucht, die wenig Platz benötigt. Mit steigendem Wohlstand gleichen sich auch die Essgewohnheiten an die der Industrieländer an. Der Hinduismus, eine der verbreitetsten Religionen Indiens, sieht eine vegetarische Lebensweise als die ethisch höhere an. Viehhaltung spielt eher in der Subsistenzlandwirtschaft in Nigeria eine Rolle, deswegen ist der Fleischkonsum dort etwas höher als in Indien.

Anteil von unterernährten Menschen an der Gesamtbevölkerung (2019)

Brasilien	5,0 %
China	9,3 %
Deutschland	<1,0 %
Indien	15,2 %
Nigeria	7,0 %
USA	<1,0 %

Quelle: <https://bit.ly/2BBDasd>

Bevölkerung (2019)

TEILNEHMENDE		10	11	12	13	14	15	16	17	18
Brasilien	208,3 Mio.	1	1	1	1	1	1	1	1	1
China	1,93 Mrd.	3	4	4	5	5	6	6	7	7
Deutschland	82,7 Mio.	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Indien	1,33 Mrd.	3	3	4	4	5	5	6	6	7
Nigeria	190,6 Mio.	1	1	1	1	1	1	1	1	1
USA	327,7 Mio.	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Quelle: Aktuelle Zahlen in Länderartikeln (Wikipedia, 2019)

Brutto-Inlandsprodukt pro Einwohner*in €, in Kaufkraftparität (2018)

STÜHLE (1 pro Teilnehmende)		10	11	12	13	14	15	16	17	18
Brasilien	13.803 €	1	1	1	1	1	1	1	1	2
China	14.692 €	1	1	1	1	1	1	1	2	2
Deutschland	44.613 €	3	3	4	4	5	5	5	5	5
Indien	6.355 €	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Nigeria	5.245 €	0	0	0	1	1	1	1	1	1
USA	52.643 €	4	4	5	5	5	6	7	7	7

Quelle: Aktuelle Zahlen in Länderartikeln (Wikipedia, 2019)

CO₂-Emission in t CO₂ pro Person und Jahr (2016)

SCHUHE (2 pro Teilnehmende)		20	22	24	26	28	30	32	34	36
Brasilien	2,01 t	1	1	2	2	2	2	2	2	2
China	6,57 t	4	5	5	5	6	6	6	6	7
Deutschland	8,88 t	5	6	6	7	7	8	8	9	9
Indien	1,57 t	1	1	1	1	1	1	1	2	2
Nigeria	0,46 t	0	0	0	0	0	0	0	0	0
USA	14,95 t	9	9	10	11	12	12	14	14	15

Quelle: <https://bit.ly/2whWNkj> (2016)

Fleischkonsum pro Einwohner*in und Jahr in kg (2009)

TELLER (1 pro Teilnehmende)		10	11	12	13	14	15	16	17	18
Brasilien	85,3 kg	2	2	3	3	3	4	4	4	4
China	58,2 kg	1	2	2	2	2	2	2	3	3
Deutschland	88,1 kg	3	3	3	3	4	4	4	4	5
Indien	4,4 kg	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nigeria	5,9 kg	0	0	0	0	0	0	0	0	0
USA	120,2 kg	4	4	4	5	5	5	6	6	6

Quelle: <https://bit.ly/2g5y1vo> (2006)



WAS SAGT DAS BRUTTOINLANDSPRODUKT EIGENTLICH AUS?



Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist ein Maß für die wirtschaftliche Leistung einer Volkswirtschaft. Es gibt den Gesamtwert aller Waren und Dienstleistungen an, die über einen bestimmten Zeitraum (üblicherweise ein Jahr) innerhalb der Landesgrenzen einer Volkswirtschaft hergestellt werden und dem Konsum, der Investition, der staatlichen Tätigkeit dienen oder exportiert werden. Das Bruttoinlandsprodukt errechnet sich als Summe der Bruttowertschöpfung aller Wirtschaftsbereiche zuzüglich von Gütersteuern und abzüglich von Gütersubventionen. Die Veränderung des BIP gibt Aufschluss über das Wirtschaftswachstum.

Das Bruttoinlandsprodukt ist in erster Linie ein Produktionsindikator. Es zeigt die wirtschaftliche Leistung eines Landes während eines bestimmten Zeitraums. Das Bruttoinlandsprodukt stellt aber auch die Summe aller Einkommen dar. Wenn wir das BIP durch die Zahl aller Bürger*innen eines Landes teilen, dann kommen wir auf das Bruttoinlandsprodukt pro Kopf, eine Kennziffer, die häufig verwendet wird, um die Einkommen von Staaten zu vergleichen.

Das BIP wurde nicht mit dem Ziel entwickelt, ein Maßstab für das Wohlbefinden oder die gesellschaftliche Wohlfahrt zu sein. Es beleuchtet die Wohlfahrt aus rein monetärer Sicht. Kritik an der Messung des BIPs gibt es aus vielen Gründen. Einige werden hier exemplarisch genannt:

Das BIP erfasst nur Transaktionen, die einen Marktpreis haben, und aggregiert diese unreflektiert. So werden wohlfahrtsmindernde und wohlfahrtsstiftende Nutzen aufsummiert, was zu Informationsverlusten führt. Informelle Wirtschaft und Schattenwirtschaft ebenso wie Freiwilligenarbeit und Familienarbeit werden nicht erfasst, weil sie keinen Marktpreis haben bzw. nicht am Markt gehandelt werden. So wächst das BIP durch einen Wechsel vom informellen zum formellen Sektor (z. B. Bezahlung eines/r Kinderbetreuer*in anstatt die Kinder selbst zu beaufsichtigen), auch wenn dadurch dieselbe Tätigkeit ausgeübt wird.

Ebenso werden die Qualität und die steigende Komplexität von Produkten und Dienstleistungen nicht berücksichtigt.

Das Bruttoinlandsprodukt kann wenig über die Entwicklung von Natur- und Humankapital aussagen. Bildungs- und Gesundheitsausgaben werden im BIP nur als Konsum und nicht als Investition in Humankapital gewertet. Veränderungen des Naturkapitalstocks durch Umweltverschmutzung oder Ressourcenknappheit werden nicht berücksichtigt. Ausgaben für Aufräumarbeiten nach einem Öltankunfall zählen zum BIP, auch wenn die Natur dadurch einen Schaden erleidet. Kriminalität kann sogar zu einer Steigerung des BIP führen, weil Polizeieinsätze und Besitzschäden zu Ausgaben führen. Ebenso ist das BIP kein geeigneter Indikator zur Beurteilung der Einkommensverteilung. Zwar zeigt es das Durchschnittseinkommen (BIP pro Kopf) einer Nation, jedoch sagt dies nichts über die Verteilung der Einkommen bzw. die Ungleichheit in einer Gesellschaft aus.

Daher gibt es eine breite Zustimmung, dass eine Zunahme des BIP nicht für eine Zunahme an Wohlbefinden steht, weil wesentliche Elemente wie saubere Umwelt, gesellschaftlicher Zusammenhalt oder Zufriedenheit der Menschen nicht erfasst werden. Des Weiteren ist Wirtschaftswachstum bzw. eine Steigerung des BIP keine gute Antwort auf die großen Herausforderungen unserer Zeit (Klimawandel, demografischer Wandel, Sicherheit, etc.). Die Politik setzt jedoch nach wie vor auf ökonomische Performance, anstatt auf langfristige nachhaltige Entwicklung abzielen. In politischen Debatten ist es schwer, Maßnahmen durchzusetzen, die das BIP senken aber Wohlfahrt stiften, weil das derzeitige Wirtschaftssystem auf Wirtschaftswachstum aufbaut (siehe Wachstumstreiber). Gefragt sind vielmehr zusätzliche Indikatoren, die ebenso klar und ansprechend wie das BIP sind, aber andere Dimensionen von Fortschritt – insbesondere umweltbezogene und soziale – messen.



SOJA – EINE BOHNE FÜR TROG UND TELLER



Wer glaubt, in Europa wird noch kein genverändertes Saatgut verwendet und deshalb hätten diese Produkte mit uns nichts zu tun, wird überrascht. Denn längst füttern deutsche Landwirt*innen ihre Tiere mit genveränderten Futtermitteln – vornehmlich Soja. Dieses Soja wird zu einem erheblichen Anteil aus Brasilien und Argentinien importiert. Dort kurbelt es nicht nur die Wirtschaft an, sondern verstärkt auch die Abholzung, die Vertreibung indigener Völker und die Verschmutzung der Umwelt. Die Broschüre „Soja – eine Bohne für Trog und Teller (2014)“ von EPIZ Berlin e. V., die in Kooperation mit der Berliner Carl-Legien-Schule herausgegeben wurde, umfasst zwei Module: Im Planspiel „Mord in Mato Grosso do Sul“ schlüpfen die Teilnehmenden z. B. in die Rollen der brasilianischen Regierung, von Landwirt*innen sowie von Indigenen und erfahren die Komplexität des Themas. In der Auswertung kommen unter anderem Handlungsmöglichkeiten im Lebens- und Berufsalltag zur Sprache. Das zweite Modul „Mord in Brasilien“ beinhaltet das gleiche Planspiel für Teilnehmende mit Schwierigkeiten in den Bereichen Konzentration, Abstraktion und Lesekompetenz.

Online zu finden unter <https://bit.ly/2GDJV01>



DOKUMENTARFILM „RAISING RESISTANCE“



Der Dokumentarfilm „Raising Resistance“ von Bettina Borgfeld und David Bernet erzählt vom Kampf der Campesinos, der Kleinbauern Paraguays, gegen die sich immer aggressiver im Land ausbreitende Gen-Soja-Produktion und beschreibt anhand dieses Konfliktes die globalen Auswirkungen, die der Einsatz modernster Gentechnik im 21. Jh. auf Mensch und Natur hat. Eine Parabel über das Verdrängen von Leben, von Menschen, von der Vielfalt der Pflanzen und Kulturen. Und darüber, wie Widerstand entsteht, sowohl beim Menschen als auch in der Natur.

Als DVD in der Methodenbox oder bei Pandora Film erhältlich



ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Ernährungsgerechtigkeit, Flächenkonkurrenz und Klimawandel



DAS PERFEKTE KLIMA-DINNER

WORKSHOP-PHASE

Aktivierung

INHALT

Unterschiedlich große klimatische Bilanzen von Obst, Gemüse, Milch- und Fleischprodukten sowie industriell gefertigten Lebensmitteln

ZIEL

Teilnehmende werden sich des klimatischen und globalen Fußabdrucks ihrer Ernährung bewusst, reflektieren ihren eigenen Lebensmittelkonsum und kochen im Rahmen von Selbstverpflegung ein „Klima“-Menü

DAUER

Ca. 60 Minuten zzgl. Einkaufs- und Kochzeit (z. B. an unterschiedlichen Seminartagen). Die Methode kann zur Vorbereitung und Umsetzung der Selbstverpflegung während Seminaren genutzt werden. Dann bereiten die Teilnehmenden alle zusammen in einem Workshop die Rezepte vor, die dann an unterschiedlichen Seminartagen gekocht werden.

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet, insbesondere bei Übernachtungsseminaren mit Möglichkeit zur Selbstverpflegung

MATERIAL

- Obst- und Gemüsekarten (in der Methodenbox oder zum Download auf unserer Webseite)
- Infokarten „Tomaten“, „Konserven, Teigwaren/Nudeln“, „Milch- und tierische Produkte“, „Fallbeispiel Fleisch“
- Saisonkalender (in der Methodenbox oder hier: <https://bit.ly/2X2ELR2>, <https://bit.ly/2lnnYZY>)

TECHNIK UND RAUM

Pinnwände und Pins, Zugang zu einer ausgestatteten Küche

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

- Idee: Annika Brümmer, Roman Fleißner
- Quellen: Universität Gießen, Ökologie und Landbau: Zahlen nach Pendos CO²-Zähler (2007) sowie Globales Emissions- Modell Integrierter Systeme (GEMIS) 4.4 (<https://bit.ly/2Dzck3W>)

ABLAUF

Die Seminarleitung legt Blätter mit unterschiedlichen Obst- und Gemüseamen oder die Obst- und Gemüsearten im Seminarraum aus. Die Teilnehmenden finden nun gemeinsam heraus, welche Gemüse- und Obstsorten in Deutschland das Jahr über wachsen bzw. welche aus Europa oder der ganzen Welt importiert werden, und stellen fest, ob die Gemüse- und Obstsorten zum Zeitpunkt der Veranstaltung Saison haben.

Erster Bereich: Heimisch in Deutschland

Die Teilnehmenden nutzen einen Saisonkalender (z. B. der Verbraucherzentrale oder aid) und wählen aus allen Fotos/Blättern in der Raummitte das im regionalen Klima heimische Obst bzw. Gemüse aus. Sie sortieren die Fotos/Blätter in einer Ecke des Seminarraums oder pinnen diese an eine Pinnwand an. Obst/Gemüse, das zum Zeitpunkt der Veranstaltung Saison hat, wird in dieser Ansicht extra gruppiert.

Zweiter Bereich: Heimisch in Europa – Handel im Binnenmarkt

Die Teilnehmenden suchen das Obst und Gemüse aus den Fotos/Blättern aus, das zwar nicht in Deutschland, aber das Jahr über in Europa wächst. Dazu nutzen sie einen Saisonkalender, zum Beispiel von aid: Die gestrichelte Markierung hier sagt aus, dass Obst/Gemüse in Deutschland wächst. Die Teilnehmende achten also auf die gelblichige Markierung, die Importware kennzeichnet (alles außer tropischem Obst).

Dritter Bereich: Heimisch weltweit – Globale Importware

Die Teilnehmenden suchen das Obst und Gemüse aus, das entweder nur in subtropischen oder tropischen Gebieten wächst (z. B. Ananas, Bananen, Mangos, Papayas) oder von der Südhalbkugel saisonal im Sommer- bzw. Winterhalbjahr importiert wird (z. B. Äpfel, Birnen und Orangen im Nord-Sommer; Avocados, Melonen, Pfirsiche, Tafeltrauben im Nord-Winter. Die Obstkarten von Äpfeln, Birnen, Avocados, Melonen, Pfirsichen und Tafeltrauben sind deshalb doppelt vorhanden).

Die Gruppe wertet nun das Gesamtbild aus und findet Antworten auf folgende Leitfragen:

- Wie hoch schätzt die Gruppe die Klimabilanz der einzelnen Obst- und Gemüsesorten ein?

- Warum können wir nicht drei Monate ohne Äpfel auskommen, in denen viele andere heimische Obstsorten verkauft werden?
- Welche der exotischen Früchte betrachten wir als Grundnahrungsmittel, obwohl sie nur im Globalen Süden wachsen?

Die Gruppe wird nun aufgefordert, ein Saison-Menü zusammenzustellen, das sie im Laufe des Tages (oder der Seminarwoche bei Selbstverpflegungsmöglichkeit) kochen. Die Gruppe wird in drei Kleingruppen geteilt: eine Gruppe plant ein Menü mit Fleisch oder Fisch, eine Gruppe plant ein vegetarisches Menü und eine Gruppe plant ein veganes Menü. Das Menü soll aus einer Vorspeise, einer Hauptspeise und einem Dessert bestehen. Zunächst suchen die Teilnehmenden die Obst- und Gemüsesorten aus, die sie verwenden möchten. Sie werden darauf hingewiesen, dass sie noch „Klimajoker“ erhalten und zunächst nur heimische Obst- und Gemüsesorten aussuchen dürfen, die zum Zeitpunkt des Seminars Saison haben und somit die Grundlage für das Menü bilden. Tomaten sind aufgrund der hohen Klimabelastung im Anbau automatisch ein Joker. Sie erstellen eine Einkaufsliste. Die Seminarleitung gibt nun das Finanz-Budget für jede Kleingruppe bekannt, das für alle Kleingruppen gleich hoch ist. Jede Gruppe erhält nun zusätzlich ein Klima-Budget von 18.000 „Klimas“, die eigentlich dem durchschnittlichen CO₂e-Ausstoß der jeweiligen Produkte pro g/kg entsprechen. Mit diesem Budget müssen sie ebenso haushalten wie mit den Finanzen.

Joker Nummer 1: Tomaten

Jede Kleingruppe erhält eine Karte „Fallbeispiel Tomaten“. Diese Karte verdeutlicht, dass es unterschiedliche Anbauformen – auch in der Region – mit unterschiedlichen Klimabilanzen gibt. Falls die Kleingruppe Tomaten in ihrem Menü verwenden möchte, sucht sie sich die Anbauform aus, die zur momentanen Jahreszeit am wenigsten klimaschädlich ist. Die Kleingruppen nehmen die Karte zum Einkauf mit, um vor Ort dem Angebot entsprechend entscheiden zu können.

Beispiel: Die Kleingruppe entscheidet sich zum Kauf von 2 kg Tomaten aus konventionellem, unbeheiztem Anbau in Spanien. Sie ziehen 4.600 Klimas von ihrem Klimabudget ab.

TOMATEN

Konventioneller Anbau im heimischen beheizten Gewächshaus außerhalb der Saison	9.300
Ökologischer Anbau im heimischen beheizten Gewächshaus außerhalb der Saison	9.200
Flugware von den Kanaren	7.200
Konventioneller Anbau im nicht beheizten Gewächshaus	2.300
Freilandtomaten aus Spanien	600
Konventioneller Anbau in der Region während der Saison	85
Ökologischer Anbau in der Region während der Saison	35

CO₂e pro 1000 g/1 kg, Quelle: Universität Gießen, Ökologie und Landbau: Zahlen nach Pendos CO₂-Zähler (2007)

TIEFGEFRORENES OBST UND GEMÜSE, KONSERVEN, TEIGWAREN (NUDELN)

	Konventioneller Anbau	Biologischer Anbau
Pommes-frites (Tiefkühlprodukt)	5.728	5.568
Teigwaren	919	770
Gemüse-Konserven	511	479
Gemüse (Tiefkühlprodukt)	415	378

CO₂e pro 1000 g/1 kg, Quelle: GEMIS 4.4
<http://www.bmub.bund.de/themen/wirtschaft-produkte-ressourcen/produkte-und-umwelt/produktbereiche/lebensmittel/>

Joker Nummer 2: Tiefgefrorenes Obst und Gemüse, Konserven, Teigwaren (Nudeln)

Jede Kleingruppe erhält das Aufgabenblatt „Fallbeispiel Obst und Gemüse, Konserven, Teigwaren (Nudeln)“. Sie ordnen die Produkte dem entsprechenden klimatischen Fußabdruck pro kg zu. Die Kleingruppe nimmt die Karte zum Einkauf mit, um vor Ort dem Angebot entsprechend entscheiden zu können.

Beispiel: Die Kleingruppe kauft 1 kg tiefgekühlten Spinat (konventionell). Sie zieht 415 Klimas von ihrem Klimabudget ab.

Joker Nummer 3: Milch- und tierische Produkte

Jede Kleingruppe erhält das Aufgabenblatt „Fallbeispiel Milch- und tierische Produkte“. Sie ordnen die Produkte dem entsprechenden klimatischen Fußabdruck pro kg zu. Die Teilnehmenden nehmen die Karte zum Einkauf mit, um vor Ort dem Angebot entsprechend entscheiden zu können.

Beispiel: Die Gruppe benötigt 250 g Butter (konventionell) und zieht 5.948 Klimas vom Klimabudget ab. Die

MILCH- UND TIERISCHE PRODUKTE

	Konventioneller Anbau	Biologischer Anbau
Butter	23.794	22.089
Käse	8.512	7.951
Sahne	7.631	7.106
Eier	1.931	1.542
Joghurt	1.231	1.159
Milch	940	883

CO₂e pro 1000 g/1 kg, Quelle: GEMIS 4.4
<http://www.bmub.bund.de/themen/wirtschaft-produkte-ressourcen/produkte-und-umwelt/produktbereiche/lebensmittel/>

Gruppe benötigt 500 ml Sahne (konventionell) und zieht (der Einfachheit halber 1 ml = 1 g) 3.815 Klimas von ihrem Klimabudget ab.

Joker Nummer 4: Fleisch

Jede Kleingruppe erhält das Aufgabenblatt „Fallbeispiel Fleisch“. Sie ordnen die Produkte dem entsprechenden klimatischen Fußabdruck pro kg zu.

Beispiel: Die Gruppe benötigt 1 kg Rinderhack (konventionell). Deshalb zieht sie 13.311 Klimas von ihrem Klimabudget ab.

FLEISCH

	Konventioneller Anbau	Biologischer Anbau
Rind (Tiefkühlprodukt)	14.341	12.402
Rind	13.311	11.374
Geflügel (Tiefkühlprodukt)	4.538	4.069
Schwein (Tiefkühlprodukt)	4.282	4.069
Geflügel	3.508	3.039
Schwein	3.252	3.039

CO₂e pro 1000 g/1 kg, Quelle: GEMIS 4.4
<http://www.bmub.bund.de/themen/wirtschaft-produkte-ressourcen/produkte-und-umwelt/produktbereiche/lebensmittel/>

Die Kleingruppen ergänzen ihre Einkaufszettel, gehen einkaufen und kochen gemeinsam ihre Menüs. Sie melden der Seminarleitung, wie viel Geld und „Klimas“ sie für den Einkauf ausgegeben haben und wie viele „Klimas“ ggf. noch übrig sind.

Die Teilnehmenden werden nach jedem ‚Dinner‘ gebeten, wie in der TV-Sendung „Das perfekte Dinner“ Punkte zu vergeben:

- Dazu verteilen alle Teilnehmenden (bei Bedarf geheim) nach dem Essen eine Punktzahl zwischen 1 und 10
- Die Seminarleitung verteilt die „Punktezahl des Klimas“: die meisten Punkte erhält die Gruppe, die am wenigsten „Klimas“ ausgegeben hat (erneut 6, 8 und 10 Punkte vergeben)

Somit gewinnt eine Gruppe und kann einen Preis erhalten, den sich die Seminarleitung oder die Gruppe im Vorfeld gemeinsam überlegt hat. Im Anschluss findet eine gemeinsame Auswertung statt, bei der folgende Aspekte deutlich werden:

- Unsere Lebensmittel haben eine unterschiedliche Klimabilanz
- Obst und Gemüse ist in der Saison günstiger und hat geringere Auswirkungen auf unser Klima
- Obst aus dem Globalen Süden sollte nicht als selbstverständlich wahrgenommen werden. Hier können die Methoden zu den Themen ‚Imperiale Lebensweise‘ oder ‚Welthandel – Fairer Handel?‘ anschließen
- Wir sollten bei einer Kaufentscheidung nicht nur die direkten Kosten, die Preise als Maßstab heranziehen, sondern auch an unser „Klimabudget“ denken.
- Welche Vor- und Nachteile hat eine vegetarische oder vegane Ernährung? Was sollte man beim Konsum von Fleisch beachten?

Die Teilnehmenden können im Anschluss daran einen „Brief an sich selbst“ verfassen, in dem sie ihre Eindrücke notieren und sich selbst Einkaufstipps für die Zukunft geben.

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Durch das eigenständige Kochen kann die Methode mitunter länger dauern. Die Teilnehmenden müssen ggf. dabei unterstützt werden, die Rezepte an die Ausstattung der Küche und den zur Verfügung stehenden Zeitrahmen anzupassen.

ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Welthandel – Fairer Handel?



EINSTIEG IN DAS THEMA

54–55

ACTIVITY



WISSENSVERMITTLUNG UND REFLEXION

56–60

UNSER FAIRER ANTEIL

61–63

**WAS IST FAIR?
KRITERIEN FÜR EINEN
ANDEREN HANDEL**

Diese Methoden ermöglichen einen regionalen und globalen Blick über den Tellerrand. Der Schwerpunkt liegt auf den Themenbereichen Lebensmittelverschwendung, Ernährungsgerechtigkeit und Landnutzung sowie Welthandel und fairer Handel. Dabei richtet sich der Blick nicht nur auf den eigenen Konsum, sondern auch auf ungerechte globale Landnutzungs- und Handelsstrukturen.



ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Welthandel – Fairer Handel?



ACTIVITY

WORKSHOP-PHASE

Einstieg in das Thema

INHALT

Zentrale Begriffe und Assoziationen zum Themenkomplex Ernährung, Welthandel und Fairer Handel werden mit dem bekannten Spiel „Activity“ verknüpft

ZIEL

Die Teilnehmenden sammeln über einen spielerischen Einstieg verschiedene Begriffe aus dem Themenkomplex Ernährung, Welthandel und Fairer Handel und denken über deren Bedeutung nach

DAUER

Ca. 30 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

- Begriffskarten und Aktivitätskärtchen (in der Methodenbox oder zum Download auf unserer Webseite) und/oder ein Würfel
- (Flipchart-)Papier und Stifte zum Zeichnen

TECHNIK UND RAUM

Flipchart-Ständer oder Pinnwand

ABLAUF

Die Teilnehmenden legen die Aktivitäts- und Begriffskärtchen getrennt auf zwei Stapeln bereit. Ein Flipchart wird zum Zeichnen bereitgestellt. Der Reihe nach ziehen alle Teilnehmenden zunächst eine Begriffs- und danach eine Aktivitätskarte. Der*die Teilnehmende muss nun dem Rest der Gruppe den jeweiligen Begriff entweder durch Zeichnen, pantomimische Darstellung oder durch Umschreibung mit Worten erklären, ohne den Begriff selbst zu verwenden. Alle anderen Teilnehmenden raten nun, welcher Begriff dargestellt wird. Wer dies zuerst errät, erhält die Begriffskarte und legt sie auf einen Stapel vor sich ab. Falls sich jemand gar nichts unter einem Begriff vorstellen kann, können die anderen Teilnehmenden oder die Seminarleitung eine Hilfestellung leisten oder die Karte wird zurückgelegt und eine neue gezogen. Weitere Varianten sind möglich:

- Je zwei Teilnehmende bilden ein Erklär-Team und umschreiben/zeichnen/stellen den Begriff gemeinsam dar. Diese Variante eignet sich besonders, wenn es für Einzelpersonen zu schwer erscheint, Begriffe darzustellen.
- Die Gruppe wird in zwei oder mehr Rateteams aufgeteilt, die gemeinsam Rate-Punkte sammeln. Immer abwechselnd stellen dann die Teilnehmenden der jeweiligen Gruppen nacheinander die Begriffe dar.
- Anstelle der Aktivitätskärtchen kann auch ein Würfel verwendet werden: die Ziffern 1 + 4 stehen dann

für Erklären, die Ziffern 2 + 5 für Zeichnen, die Ziffern 3 + 6 für pantomimische Darstellung

Jedes erratene Begriffskärtchen zählt am Ende einen Punkt, und es kann ermittelt werden, wer oder welche Gruppe die meisten Begriffe erraten hat. Anschließend können die liegengelassenen Begriffskarten sowie Begriffe, die zwar dargestellt und erraten wurden, deren Bedeutung den Teilnehmenden aber unklar blieb, durchgegangen und kurz erklärt werden. Die Seminarleitung kann im Anschluss herausfinden, was die Teilnehmenden bereits über das Thema wissen, wo vertiefte Vermittlung notwendig wird und wo besonders Diskussionsinteresse besteht.

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Die Bedingungen und Strukturen des Welthandels beeinflussen, welche Lebens- und Arbeitsbedingungen in Produktionsländern des Globalen Südens vorherrschen. Eine entscheidende Frage dreht sich immer darum, welchen Preis Produzent*innen für ihre Produkte erhalten und welche Löhne Arbeiter*innen bekommen. Aber auch der Umgang mit der Umwelt und natürlichen Ressourcen ist ein wichtiger Aspekt im Anbau und Handel von verschiedenen Produkten.

BEGRIFFE-SYSTEMATIK

MARKT, HANDEL	LEBENS- UND ARBEITS-BEDINGUNGEN	PRODUKTE	ANBAU	AKTEUR*INNEN
Weltmarkt	Preis	Nahrungsmittel	Ökologische Folgen	Bauer*Bäuerin
Handel	Lohn	Rohstoffe	Nachhaltigkeit	Händler*in
Gerecht/Fair	Existenzminimum	Smartphone	Wasserverschmutzung	Importeur*in
Lieferkette	Arbeitsbedingungen	Kakao	Wassermangel	Spekulant*in
Welthandelsorganisation	Lebensbedingungen	Kaffee	Pestizide	Indigene Industrie
Import	Arbeitszeiten	Früchte	Düngemittel	Schokoladenunternehmen
Export	Schulden	Schokolade	Klima	Globaler Süden
Waren	Hitze	Orangensaft	Anbaugelände	Saftproduzent*in
Zölle	Kinderarbeit	Reis	Ernte	Kaffeerösterei
Handelsabkommen	Gesundheit	Zucker	Verarbeitung	Supermarkt
Börse	Armut	Herstellung	Bio-Anbau	Globaler Norden
Globalisierung	Umweltschutz	Massenprodukt	Landnahme	Discounter
Freihandel	Tierschutz		Sklavenarbeit	Weltladen
	CO ₂ Kapitalismus		Ausbeutung	Konsument*in
	Kolonialismus			Gewerkschaft
	Klimawandel			Börse



ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Welthandel – Fairer Handel?



UNSER FAIRER ANTEIL

WORKSHOP-PHASE

Wissensvermittlung und Reflexion

INHALT

Die gegenwärtige Form des Welthandels hat Wurzeln, die teilweise lange zurückreichen. Diese Methode verbindet aktuelle Debatten um faire Produktions- und Handelsbedingungen mit einer historischen Perspektive auf Welthandel als koloniales Erbe.

ZIEL

Die Teilnehmenden kennen den Weg der Banane von der Plantage bis zu den Konsument*innen und setzen sich mit der Frage „Wer bekommt wie viel vom Verkaufspreis einer Banane?“ auseinander

DAUER

Ca. 60 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

- Rollenkarten (in der Methodenbox und zum Download auf unserer Webseite)
 - Bananen (aus fairem Handel)
- 30 x 1-Cent-Stücke (in der Methodenbox oder eingesammelt)

TECHNIK UND RAUM

Tische für Kleingruppen

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Idee/Quelle: Banana Split!, CAFOD (www.cafod.org.uk; ausgearbeitet 2005 auf Basis eines von Christian Aid und Bananalink veröffentlichten Spieles), Welthaus Diözese Graz-Seckau

ABLAUF

Die Teilnehmenden bilden fünf Kleingruppen, die jeweils eine Rollenkarte erhalten. Die Rollen sind Supermarktleiter*in, Import-Exporteur*in, Spediteur*in, Plantagenbesitzer*in/Anbaukonzern und Plantagenarbeiter*in. Sie lesen die Rollenkarten durch und überlegen sich zunächst, wie viel Ihnen vom Verkaufserlös einer Banane (30 Cent) aufgrund der Informationen auf der Karte zusteht.

Runde 1:

Jede Kleingruppe erhält eine Banane. Die gesamte Banane symbolisiert 30 Cent, die Hälfte der Banane dementsprechend 15 Cent usw. Die Kleingruppe überlegt sich, wie viel Cent ihnen zusteht und schneidet ein dementsprechend großes Stück der Banane ab. Die Plantagenarbeiter*innen schneiden ab Stielende, die Supermarktleiter*innen ab dem spitzen Ende der Banane, die anderen Gruppen schneiden ein Mittelstück ab. Die Kleingruppen kommen zusammen und präsentieren gegenseitig ihre Bananenstücke und tragen Argumente vor, warum sie den jeweiligen Betrag einfordern. Die Supermarktleiter*innen beginnen. Die Seminarleitung trägt (z. B. auf einem Flipchart) in einer dreispaltigen Tabelle die Forderungen ein und bildet am Ende der Spalte 1 eine Summe. In der Regel ist der Betrag höher als 0,30 € und eine „Riesenbanane“ entsteht.

Runde 2:

Die Seminarleitung bereitet 30 x 1-Cent-Stücke vor und legt diese in einen Behälter. Sie erklärt, dass der Endpreis leider zu hoch ist und die Kund*innen die Bananen als zu teuer verschmähen. Daher müssen alle Gruppen ihre Forderungen überprüfen. Sie ziehen sich zurück und überlegen, wie viel Cent sie in der zweiten Runde fordern und ob sie Einsparungen vornehmen können. Die Kleingruppen kommen erneut zusammen und tragen ihre Argumente vor. Die Supermarktleiter*innen beginnen erneut. Sie erhalten nun den Behälter mit den Cent-Stücken (die „Kasse“, da sie als erste in der Wertschöpfungskette das Geld der Kund*innen erhalten) und nehmen sich ihren Anteil heraus. Sie geben die „Kasse“

an die Importeur*innen weiter, die ihre Argumente vortragen und den Betrag entnehmen. Es folgen die Spediteur*innen, Plantagenbesitzer*innen/Anbaukonzerne und zuletzt die Plantagenarbeiter*innen. Die Seminarleitung trägt die Beträge in die zweite Spalte der Tabelle ein. Sollte der Betrag immer noch höher als 30 Cent sein, kann diese Runde wiederholt werden.

Runde 3:

Die Seminarleitung erklärt die tatsächliche Verteilung und trägt diese in Spalte 3 der Tabelle ein:

VERKAUFSERLÖS EINER BANANE

Supermarktleiter*in (Handel: 46%)	14 ct	Im Globalen Norden bleiben bis zu 27 ct (bis zu 88%) des Erlöses (abhängig vom Unternehmenssitz)
Export-Importeur*in (Export: 4%, Reifung: 10 %, Zölle: 8%)	7 ct	
Spediteur*in (Transport: 20%)	6 ct	
Plantagenbesitzer*in/ Anbaukonzern (Produktion: 7%)	2 ct	Im Globalen Süden verbleiben lediglich bis zu 3 ct (12 %) des Erlöses (abhängig vom Unternehmenssitz)
Arbeiter*innen (Löhne: 5 %, davon Plantagenarbeiter*innen: <2%)	1 ct	
	30 ct	

Die Seminarleitung greift Argumente der Kleingruppen auf und beginnt mit einer Zwischenauswertung, in der folgende Fragen und Aspekte berücksichtigt werden:

- Wie fühlt ihr euch in eurer Rolle?
- Wie empfindet ihr die Verteilung des Erlöses?
- In welchem Erdteil verbleibt der höhere Anteil des Erlöses?
- Wer ist in der Produktionskette der mächtigste Teil, weshalb?
- Welche Rolle spielen die Konsument*innen? Sie sind bislang nicht berücksichtigt worden
- Was können wir als Konsument*innen verändern? Was nicht?
- Würden die Teilnehmenden auch den zuerst ermittelten, „zu hohen“ Betrag für eine Banane bezahlen? Warum/Warum nicht?
- Unter welchen Bedingungen wären wir bereit, mehr für eine Banane zu bezahlen?

Die letzte Frage bildet die Grundlage für die Methode „Was ist fair? Kriterien für einen anderen Handel“, die im Anschluss angewendet werden kann: Konsument*innen sind oft dazu bereit, höhere Preise zu zahlen, wenn der Erlös in der Wertschöpfungskette benachteiligten Gruppen zugutekommt. Fairer Handel überprüft alle in der Wertschöpfungskette Beteiligten, um mehr Transparenz herzustellen, sorgt für verlässliche Preise, stabile Löhne und investiert in soziale und ökologische Strukturen in den Anbaugebieten. Oft werden auch eine ökologische Anbauweise und gerechte Landbesitz- und Mitbestimmungsstrukturen gefördert. Hier gibt es unterschiedlich „strenge“ Netzwerke, die verschiedene Siegel für fairen Handel vergeben.

SUPERMARKTLEITER*IN

Mitarbeiter*innen:

Du musst dein Personal bezahlen. Indem du überwiegend Frauen in befristeten Teilzeitjobs beschäftigst, vielen nur den Mindestlohn bezahlst und viele Mini-Jobber*innen beschäftigst, kannst du die Lohnkosten drücken.

(Quelle: Kleine Anfrage 18-12974 der Linksfraktion im Bundestag) Link <https://bit.ly/2XPrvj3>

Laufende Kosten:

Du musst die Ladenmiete oder einen Investitionskredit, Beleuchtung, Transport, Arbeitskleidung des Personals und die Reinigung des Ladens bezahlen. Da die Fläche außerhalb der Stadt günstiger war, hast du einen großen Parkplatz gebaut, damit die Kund*innen mit dem Auto kommen. Damit sie nicht auf dem Markt oder in den kleinen Läden in der Innenstadt einkaufen, musst du die Ware viel billiger anbieten. Du musst deine Artikel bewerben, um zu erreichen, dass die Kund*innen zu dir kommen – nicht woanders hin.

Konkurrenz:

Du musst immer neue Ideen haben, um dich von anderen Supermärkten abzuheben – entweder sehr billige Preise oder ein besonderes „Einkaufserlebnis“.

Risiken:

Die vorbestellten Bananen kommen überreif an – dadurch verärgerst du die Kundschaft und sie kaufen das nächste Mal woanders ein.

Die einst klassischen „Kolonialwaren“ wie Zucker, Kaffee, Tabak, Reis, Kakao, Gewürze und Tee finden sich heute ganz selbstverständlich in jedem Supermarkt. 1898, als diese Produkte noch als etwas Besonderes galten, gründete eine Gruppe von Einkaufsvereinen die „Einkaufsgenossenschaft deutscher Kolonialwarenhändler“ – kurz „E.d.K.“ Später wurde aus dieser Abkürzung der Name EDEKA – heute eine große und allgemein bekannte Supermarkt-Kette, die ihre Ursprünge heute so beschreibt: „Um die Jahrhundertwende ändert die Industrialisierung nicht nur den Alltag, sondern bringt auch Kolonialwaren wie Kaffee, Kakao, Gewürze und Südfrüchte nach Deutschland. Sie sind die Grundlage für die neue Geschäftsidee. Einzelhändler entdecken ihre Leidenschaft für die Waren aus deutschen Kolonien und beginnen sich zu spezialisieren.“

IMPORT-EXPORTEUR*IN

Transport: Du musst die Ware von den großen Häfen zu den Reifungsanlagen und den Supermärkten transportieren. Du sparst Geld, indem du Aufträge an selbstständige Fahrer*innen aus Mittel- und Osteuropa vergibst, die für weniger Geld bis zu 80 Stunden arbeiten und tagelang im LKW wohnen, falls es einen Auftrag gibt.

(Quelle: Heinrich-Böll-Stiftung, Viele LKW-Fahrer arbeiten bis zu 80 Stunden in der Woche, 2013) Link <https://bit.ly/1tfLC9r>

Qualitätskontrolle: Du musst die Ware kontrollieren, das Reifungsgas bezahlen und die Bananen neu verpacken. Dazu musst du Material und Arbeiter*innen bezahlen.

Verträge: Du verpflichtest dich gegenüber den Plantagenbesitzer*innen und Anbaukonzernen, wöchentlich eine gewisse Menge an Bananen abzunehmen und den Supermärkten wöchentlich eine gewisse Menge an Bananen zu liefern. Was auch passiert- du musst den Vertrag einhalten oder Vertragsstrafen bezahlen. Damit die Supermarktketten nicht direkt bei den Plantagenbesitzer*innen und Anbaukonzernen einkaufen, versuchst du, die Preise niedrig zu halten.

Zölle, Gebühren und Lizenzen: Du brauchst Genehmigungen und musst Gebühren sowie Zölle bezahlen, damit du die Ware in die Europäische Union importieren darfst.

Im Jahr 1892 gelangten einige kanarische Bananenstauden in den Besitz des Hamburger Fruchthandlers und Kolonialwarenhändlers Richard Lehmann, dem diese Frucht gänzlich fremd war, der aber bald merkte, dass man damit ein gutes Geschäft machen konnte und Nachschub bestellte. 1911 kamen ungefähr zwei Drittel der deutschen Bananeneinfuhr von den Kanarischen Inseln (Spanien). Die Entwicklung von schnelleren Dampfschiffen löste die Ausdehnung der Produktionsgebiete aus: Der Anteil der Einfuhren aus Mittelamerika und der Karibik lag in Bremen im Jahr 1926 bei 33% und erreichte bereits zwei Jahre später 49%. Die Berichte über die Rentabilität der Bananenkulturen in Mittelamerika und die zunehmende Beliebtheit dieser Frucht sowie ihre positiven gesundheitlichen Aspekte führten dazu, den Anbau von Bananen auch in den ehemaligen deutschen Kolonien auf Großplantagen zu betreiben – vor allem in Kamerun. Dort wurde bereits seit den 1890er-Jahren unter Einsatz von Gewalt und ohne Rücksicht auf die einheimische Bevölkerung der Grundstein für den Ausbau der Plantagenwirtschaft gelegt. Ab 1927 verstärkten Werbemaßnahmen von Importeur*innen, zum Beispiel die „Esst-mehr-Früchte-Bewegung“, die Nachfrage.

(Quelle: Kerstin Wilke, „Die deutsche Banane“ – Wirtschafts- und Kulturgeschichte der Banane im Deutschen Reich 1900-1939, Universität Hannover, 2004) Link <https://bit.ly/2J97TTv>

SPEDITEUR*IN

Schiffe und Crew:

Große Container-Frachtschiffe sind in der Anschaffung und im Unterhalt sehr teuer und verbrauchen viel Treibstoff. Für den Transport von Lebensmitteln wie Bananen müssen spezielle Kühlcontainer entwickelt werden, da die Früchte sonst zu früh reifen und verderben, bevor sie im Supermarkt ankommen.

Du gibst den Kostendruck an die Schiffscrew weiter: Sie erhalten weniger Geld und die Schiffsmechaniker*innen müssen beim Be- und Entladen mithelfen, anstatt Ruhezeiten einzulegen. Eigentlich sind dafür Hafnarbeiter*innen zuständig, die dafür an Bord kommen. Um dies durchzusetzen, lässt du dein Schiff unter einer „Billigflagge“ eines Landes fahren, das geringere Arbeits- und Lohnstandards vorschreibt. Du heuerst Offizier*innen aus Mittel- und Osteuropa sowie Schiffsmechaniker*innen aus asiatischen Ländern an, die laut üblichen Verträgen im Monat 103 Überstunden leisten müssen, die nicht extra bezahlt werden.

(Quelle: Das brutale System der Billigflaggen, Nicolai Birger/Die Welt, 2017) Link <https://bit.ly/2Hu5nVG>

Versicherung und Gebühren:

Wenn eine Fracht beschädigt oder unbrauchbar wird, ist es vielleicht deine Schuld und du musst für den Schaden aufkommen. Du musst für jedes deiner Schiffe am Beginn und am Ende seiner Reise Hafengebühren bezahlen.

Erst fossile Treibstoffe und ein billiges Transportwesen haben ermöglicht, dass Nahrungsmittel um den Erdball reisen und bei uns ›frisch‹ im Einkaufswagen landen. Die Ära der Containerschiffahrt ist am 31. Mai 1968 angebrochen. Schneller als von vielen erwartet, löst die Containerschiffahrt die konventionelle Frachtschiffahrt ab, denn der Containertransport hat viele Vorteile: Anstelle von mehreren Tagen kann die Ladung durch Kräne innerhalb weniger Stunden ein- und ausgeladen werden, das spart Zeit und Geld. Tausende traditionelle Arbeitsplätze für Hafnarbeiter*innen gehen verloren. Die Hafeninfrastuktur muss komplett umgestellt, spezielle Verladebrücken, Kräne und hochbeinige Förderfahrzeuge angeschafft werden. Auch die Reedereien müssen in großem Stil investieren und neue Schiffe anschaffen. Größer, schneller, effektiver: Dieser Trend bestimmt die Containerschiffahrt von Beginn an. Doch der Boom der Containergiganten hat auch Nachteile: Sie sind weniger flexibel, da sie nicht alle Häfen anlaufen können. Auch in Hamburg sorgen die riesigen Schiffe mit ihrem enormen Tiefgang für Probleme. Damit sie den Hafen über die Elbe weiter ansteuern können, plant die Stadt eine weitere Elbvertiefung.

(Quelle: Containerschiffe: Beginn einer neuen Ära, NDR) Link <https://bit.ly/2HrOBqa>

PLANTAGENBESITZER*IN/ ANBAUKONZERN

Betriebskosten:

Plantagenwirtschaft erfordert hohe Investitionen in Infrastruktur und Technologie für Transport, Be- und Entwässerung und Verpackung. Die Plantagen benötigen große Mengen an teuren chemischen Mitteln (Dünger, Unkraut- und Schädlingsvernichtung). Bananen anzubauen ist besonders arbeitsintensiv:

Unkraut muss beseitigt, die Stauden befestigt und bewässert werden. Um Schädlinge fernzuhalten, werden die Stauden in Plastiktüten verpackt. Die Ernte erfolgt ebenfalls per Hand, damit die Früchte nicht beschädigt werden. Du sparst am Arbeitsschutz und an der korrekten Entsorgung der leeren chemischen Behälter. Da du der oder die einzige größere Arbeitgeber*in in der Region bist, findest du neue Arbeiter*innen, falls sich andere verletzen oder krank werden. Auch bei schlechter Ernte, schlechtem Wetter, Naturkatastrophen oder bei Schädlingsbefall musst du für die Betriebskosten aufkommen.

Qualitätskontrolle:

Du produzierst als Vertragspartner*in für große Anbaukonzerne oder verkaufst zunehmend direkt an Supermarktketten. Da sie perfekte Ware verlangen, musst du die Ware überprüfen und für den Versand vorbereiten. Sind die Früchte fleckig, zu krumm oder entsprechen nicht den Qualitätsstandards, gehen sie nicht in den Export. Du verlierst Geld.

Um Kontrolle über indigene Völker und Profit aus der Kolonialisierung zu ziehen, wurde im Jahr 1503 das sogenannte Encomienda-System, spanisch für „Anvertraung“, geschaffen. Dabei wurden den aus Europa stammenden, weißen Konquistadoren sehr große Landgüter mitsamt der darin lebenden indigenen Bevölkerung treuhänderisch übertragen.

Die Encomienda Casa Grande in Peru hatte etwa die Größe des heutigen Belgien! Ab 1810 wurden die „geliehenen“ Großgrundbesitzungen während der Unabhängigkeitsbewegungen in Eigentumsverhältnisse umgewandelt. Die jetzt Hacienda (spanisch) beziehungsweise Fazenda (portugiesisch) genannten Farmen waren deutlich kleiner, umfassten aber häufig immer noch tausende bis zehntausende Hektar Land. Die von Großgrundbesitzenden dominierte Agrarstruktur ist bis heute eines der zentralen Hemmnisse für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung Lateinamerikas und bildet oft die Basis für riesige Plantagen. Seit den 1950er-Jahren haben internationale Anbaukonzerne zunehmend riesige Landgüter gekauft oder gepachtet, um ihre Marktmacht auszubauen. Deren enge Beziehungen zu Politiker*innen in den Anbauländern prägten den Begriff „Bananenrepublik“.

(Quelle: Agrarstrukturen in Lateinamerika, Wikipedia)
Link: <https://bit.ly/2u3oL3F>

PLANTAGENARBEITER*IN

Bis zu 14 Stunden körperlich anstrengende Arbeit bei extrem heißer Witterung:

Sortieren der Bananen, Bananen waschen – du hast deine Hände den ganzen Tag im Wasser! Bananenernte – du musst schwere Bananenbündel schleppen und atmest die Auspuffgase der Transportmotorräder ein. Du bringst Düngemittel, Unkraut- und Schädlingsvernichtungsmittel aus und bist aufgrund fehlender Schutzkleidung einem hohen gesundheitlichen Risiko ausgesetzt – ohne Krankenversicherung oder ausreichende medizinische Versorgung. Du darfst dich nicht mit anderen Arbeiter*innen in einer Gewerkschaft zusammenschließen, ohne entlassen zu werden. Alternativen, um Geld zu verdienen, hast du in der Region kaum. Obwohl dein geringer Lohn nicht dazu ausreicht, um tägliche Grundbedürfnisse wie Wohnen, Ernährung und Bildung für dich und deine Kinder sicherzustellen, hast du kaum eine andere Wahl.

Bis heute prägen in Mittel- und Südamerika riesige Landgüter der Großgrundbesitzenden und eine große Zahl von Eigenanbau betreibenden Kleinbäuerinnen* sowie landlosen Landarbeiter*innen das Bild. Schon kurz nach der „Entdeckung“ Amerikas 1492 begann die spanische Krone mit der Siedlungskolonisation, da profitabler Handel mit der dortigen indigenen Bevölkerung unmöglich war. Ziele waren

- ein profitbringendes Kolonialwesen
- der Aufbau einer exportorientierten Landwirtschaft
 - die Erschließung der Kolonien
 - die Sicherung der Kontrolle über indigene Völker
- Verhinderung einer eigenständigen politischen Macht in Südamerika.

Zu diesem Zweck wurde 1503 das sogenannte Encomienda-System, spanisch für „Anvertraung“, geschaffen. Dabei wurden den aus Europa stammenden, weißen Konquistadoren sehr große Landgüter mitsamt der darin lebenden indigenen Bevölkerung treuhänderisch übertragen. Die dort lebenden Indigenen waren grundsätzlich „frei“ und nicht Eigentum der Encomenderos, wurden also nicht versklavt. Sie konnten zur Arbeit gezwungen werden, mussten aber – in Geld oder Naturalien – entlohnt werden. In seiner praktischen Umsetzung war das Encomienda-System allerdings nichts anderes als lebenslange Zwangsarbeit.

(Quelle: Agrarstrukturen in Lateinamerika, Wikipedia)
Link: <https://bit.ly/2u3oL3F>



**ES IST GENUG FÜR ALLE DA –
DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND**
Schwerpunkt: Welthandel – Fairer Handel?



WAS IST FAIR? KRITERIEN FÜR EINEN ANDEREN HANDEL

WORKSHOP-PHASE

Wissensvermittlung und Reflexion

INHALT

Was unterscheidet Fairen von konventionellem Handel?

ZIEL

Die Teilnehmenden lernen Kriterien für den Fairen Handel kennen
und diskutieren deren Bedeutung und Wichtigkeit

DAUER

Ca. 40 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

- Kriterienkarten (in der Methodenbox oder zum Download auf unserer Webseite)
- Kriterien einzelner Logos als Hintergrundinformation (im Ratgeber „Gerecht Aktiv“ in der Methodenbox oder bei AWO International bestellbar)

TECHNIK UND RAUM

Großer Tisch oder Platz in der Raummitte

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Die WFTO (World Fair Trade Organization) und FLO e. V. (Fairtrade Labelling Organizations International) sind die zwei wichtigsten Fair Trade Organisationen. Sie haben 2009 gemeinsam die umfassendste Definition des Fairen Handels verfasst: Eine Grundsatzcharta für den fairen Handel

ABLAUF

Die Seminarleitung verteilt die Kriterien-Karten auf einem Tisch im Raum oder teilt diese alternativ an zuvor gebildete Kleingruppen aus. Die Aufgabe der Teilnehmenden ist es nun, die Kriterien nach Wichtigkeit zu gewichten und in eine Reihenfolge zu bringen. Dazu diskutieren die Teilnehmenden die Bedeutung der Kriterien und kommen ggf. zu unterschiedlichen „Lösungen“. Da alle zehn Kriterien den Grundsätzen des Fairen Handels (analog der Grundsatzcharta der WFTO (World Fair Trade Organization) und Fairtrade Labelling Organizations International) entsprechen, gibt es keine Reihenfolge der Wichtigkeit – alle sind wichtiger Bestandteil des Fairen Handels. Deshalb können sie auch in einem Kreis angeordnet werden. In der anschließenden Auswertung fasst die Seminarleitung das Ergebnis zusammen und weist auf folgende Punkte hin:

- Hierbei handelt es sich um Kriterien der World Fair Trade Organization und Fairtrade Labelling Organizations International.
- Es gibt mehrere Siegel, die ein Produkt als „fair“ auszeichnen. Hier stecken oft unterschiedliche

Interessen unter einem Hut und man sollte genau hinsehen. Während manche Siegel eher für soziale Gerechtigkeit stehen, werden bei anderen Themen der ökologischen Nachhaltigkeit oder vegane Materialien/Zutaten behandelt.

- Eine Seite zum Siegel im Überblick:
<http://siegelcheck.nabu.de/>

Variante: Expert*innen-Runde

Die Teilnehmenden werden in fünf Expert*innen-Gruppen aufgeteilt, die je zwei Kriterien-Kärtchen enthalten. Die Teilnehmenden werden zu Expert*innen der jeweiligen Kriterien. Nach einigen Minuten werden die Gruppen neu gemischt, so dass in jeder neuen Gruppe je ein Mitglied aus den Expert*innengruppen vertreten ist. Hier werden die Erkenntnisse zusammengetragen, indem jede*r Teilnehmende den anderen die Kriterien erklärt. Sie diskutieren im Anschluss, welches Kriterium das wichtigste ist. Alternativ können die Gruppen die Kriterien auch kreativ darstellen (Theater, Collage, Bild etc.).

QUALIFIZIERUNG

Beitrag zur Qualifizierung von Produzent*innen und Handelspartner*innen im Globalen Süden: Faire Handelsbeziehungen verhelfen Produzent*innen-Organisationen zu einem weitergehenden Verständnis der Marktbedingungen und Trends sowie zur Entwicklung von Wissen und Fähigkeiten, um ihr Leben besser zu kontrollieren und zu beeinflussen. Fairer Handel macht die Produzent*innen damit unabhängiger und befähigt sie, sich auf dem Markt zu behaupten.

POSITION UND RECHTE STÄRKEN

Stärkung der Position und Sicherung der Rechte von Arbeiter*innen und Kleinbäuerinnen* sowie ihrer Organisationen im Globalen Süden: Die Organisation der Produzent*innen und Arbeiter*innen ist wichtiger Bestandteil der Ziele des Fairen Handels und wird positiv und aktiv ermutigt. Es werden daher umfassende Schulungen innerhalb der Produzent*innen-Organisationen gefördert.

ÜBERPRÜFUNGS-MECHANISMEN

Durch Überprüfungsmechanismen sicherstellen, dass diese Kriterien eingehalten werden: Einhaltung und Auswirkungen werden durch Monitoring und Evaluierung überprüft. Die Monitoring- und Evaluierungs-Prozesse sollen allen Beteiligten helfen, ihren Fortschritt zu messen und Verbesserungsmöglichkeiten zu erkennen.

EINHALTUNG VON ARBEITSNORMEN

Gewährleistung der Einhaltung der acht ILO-Kernarbeitsnormen bei der Produktion. Es werden angemessene Arbeitsbedingungen gewährt und das Arbeitsumfeld muss sicher und gesundheitsverträglich sein. Sklavenarbeit und Ausbeutung von Kindern sind verboten. Die Gewerkschaftsfreiheit sowie das Recht auf Vereinigungsfreiheit werden geachtet.

MARKTZUGANG

Marktzugang für benachteiligte Produzent*innen schaffen: Fairer Handel ist eine Strategie zur Linderung von Armut und zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung. Er soll daher Chancen für Hersteller*innen schaffen, die wirtschaftlich benachteiligt oder vom bestehenden Handelssystem an den Rand gedrängt worden sind (z. B. Kleinbäuerinnen*). Die Produzent*innen ihrerseits nutzen die Gewinne aus dem Fairen Handel zur Verbesserung ihrer sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen, vor allem für die am meisten benachteiligten Mitglieder ihrer Organisation.

UMWELTSCHUTZ

Förderung des Umweltschutzes, z. B. durch die Umstellung auf biologische Landwirtschaft: Ökologische Landwirtschaft wird gefördert, ist jedoch nicht zwingend vorgeschrieben. Bestimmte (v.a. umweltschädigende) Pestizide sind im Anbau untersagt. Alle an fairen Handelsbeziehungen Beteiligten arbeiten daran, die Auswirkungen von Produktion und Handel auf die Umwelt zu verbessern, indem sie Rohstoffe aus nachhaltigen Quellen effizient nutzen, den Einsatz von Energie aus nicht erneuerbaren Quellen reduzieren und die Abfallentsorgung verbessern.

LANGFRISTIGE, DIREKTE HANDELSBEZIEHUNGEN

Langfristige und partnerschaftliche Handelsbeziehungen unterhalten und unfairen Zwischenhandel ausschließen: Fairer Handel steht für Handelsbeziehungen, die zeigen, dass die Handelspartner*innen fair und respektvoll miteinander umgehen. Er setzt auf eine langfristige Handelspartnerschaft mit den Produzent*innen, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht. Er hilft auch, die Handelskette zu verkürzen, so dass die Produzent*innen mehr vom Endverkaufspreis ihrer Waren erhalten, als dies normalerweise im konventionellen Handel mit seinen vielen Zwischenhändler*innen der Fall ist.

FAIRE PREISE

Zahlung von fairen Preisen an die Produzent*innen, die ihre Produktions- und Lebenshaltungskosten decken, und auf Wunsch Leistung von Vorfinanzierung: Der Preis soll im Dialog zwischen den Handelspartner*innen festgelegt werden und unabhängig von den Schwankungen der Weltmarktpreise stets die Produktionskosten decken sowie die Existenz der Produzent*innen sichern und auch eine sozial gerechte und umweltverträgliche Produktion ermöglichen. Darüber hinaus wird oftmals eine Prämie bezahlt, mit der die Produzent*innen gemeinschaftliche Projekte zur langfristigen Verbesserung ihrer Situation umsetzen können. Bei Bedarf werden Vorfinanzierungen gewährt.

KINDERRECHTE, FRAUENRECHTE

Sicherung der Rechte von Kindern und Förderung der Gleichberechtigung von Frauen: Die Arbeit von Kindern darf ihr Wohlergehen, ihre Sicherheit, ihre Bildungschancen und ihr Spielbedürfnis nicht beeinträchtigen. Umsetzung des Prinzips, dass Frauen für gleichwertige Arbeit die gleiche Bezahlung wie Männer erhalten und gleichberechtigt an Entscheidungen über die Verwendung der Gewinne aus der Produktion teilnehmen, sowohl im Globalen Norden und Süden. Die Verbesserung der jeweiligen Positionen für Frauen und andere benachteiligte Gruppen ist ein entscheidendes Element der Entwicklung.

BILDUNGS- UND KAMPAGNENARBEIT

Bildungs- und politische Kampagnenarbeit, um die Regeln des Welthandels gerechter zu gestalten: Verbraucher*innen werden über die Notwendigkeit sozialer Gerechtigkeit und die Chancen für Veränderungen informiert. Produzent*innen und Konsument*innen können sich vernetzen und mit der Unterstützung von Konsument*innen können Fair-Handels-Organisationen als Vorkämpfer für umfassendere Reformen der internationalen Handelsregeln auftreten, um das Ziel eines gerechten Welthandelssystems zu erreichen.

ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Lebensmittelverschwendung



EINSTIEG IN DAS THEMA

65–67

QUIZ: LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG UND LEBENSMITTELVERLUSTE



WISSENSVERMITTLUNG

68–69

ABGELAUFEN?! MINDESTHALTBARKEITS- VS. VERBRAUCHSDATUM

69

Verleih Tafel „Magnetischer Kühlschrank“

70

LEBENSMITTEL RICHTIG LAGERN



REFLEXION

71–72

GERMANY'S NEXT TOP-GURKE – SCHÖNHEITSWAHN IM SUPERMARKT

72

Dokumentarfilm „Frisch auf den Müll“



AKTIVIERUNG

73–74

LEBENSMITTELRETTER: SMARTPHONE

75–76

WEGE AUS DER VERSCHWENDUNG

Diese Methoden ermöglichen einen regionalen und globalen Blick über den Tellerrand. Der Schwerpunkt liegt auf den Themenbereichen Lebensmittelverschwendung, Ernährungsgerechtigkeit und Landnutzung sowie Welt- handel und fairer Handel. Dabei richtet sich der Blick nicht nur auf den eigenen Konsum, sondern auch auf ungerechte globale Land- nutzungs- und Handels- strukturen.



ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Lebensmittelverschwendung



QUIZ: LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG UND LEBENSMITTELVERLUSTE

WORKSHOP-PHASE

Einstieg in das Thema

INHALT

Teilnehmende erkennen einen Unterschied zwischen Lebensmittelverlusten und Lebensmittelverschwendung. Das Quiz verdeutlicht, dass sich Hunger theoretisch vermeiden ließe, da genug Lebensmittel produziert werden, um weltweit alle Menschen zu ernähren

ZIEL

Die Teilnehmenden erhalten einen ersten Eindruck über das Ausmaß der Lebensmittelverschwendung und was diese insbesondere für ärmere Länder und die dort lebende Bevölkerung bedeutet.

DAUER

Ca. 40 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

Quizkarten „Lebensmittelverschwendung“ und Antwortschilder (in der Methodenbox oder zum Download auf unserer Webseite)

TECHNIK UND RAUM

Stellwände und Pins, um die Quizkarten anzupinnen

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Ungleichheit, Hunger und Fehlernährung: Die Bedeutung von Macht, Naomi Hossain, Welthunger-Index (2017)

ABLAUF

Die Teilnehmenden werden in zwei gleich große Gruppen aufgeteilt, die gegeneinander antreten. Jede Gruppe erhält vier Antwortschilder (Karten zum Hochhalten: A, B, C & D). Die Seminarleitung liest eine Frage und die verschiedenen Antwortmöglichkeiten vor. Für eine anschaulichere Darstellung sollten die Antwortmöglichkeiten an einer Pinnwand befestigt werden.

Option B: Die Teilnehmenden erhalten die Quizfragen und beantworten diese in einer Kleingruppe. Die Auflösung erfolgt gemeinsam im Plenum.

Die beiden Gruppen erhalten 2-3 Minuten Zeit zum Diskutieren, um sich gemeinsam für eine Antwort zu entscheiden und halten dann – nach Ablauf der Zeit und Aufforderung der Seminarleitung – die entsprechende Antwortkarte hoch. Anschließend stellt die Seminarleitung die richtige Antwort vor. Für die richtige Antwort gibt es einen Punkt. Für eine falsche Antwort gibt es keine Punkte, aber auch keinen Abzug. Punkte können an einem Flipchart notiert werden. Das Team mit den meisten Punkten gewinnt.

Der Ablauf wiederholt sich für alle Fragen. Am Ende erfolgt die Punktauswertung.

Wie viele Lebensmittel werden in Deutschland pro Jahr in t weggeworfen?

- a) 58.000 t
- b) 108.000 t
- c) 18 Mio. t
- d) 78 Mio. t

Richtig ist c). Laut der Welternährungsorganisation FAO werden pro Jahr 18 Mio. t Lebensmittel in Deutschland entlang der Wertschöpfungskette entsorgt. Das ist ungefähr ein Drittel des gesamten Nahrungsmittelbedarfs (54,4 Mio. t) in Deutschland. Diese Menge entspricht ca. 450 000 vollgeladenen großen LKW. Wären die LKWs aneinandergereiht, würde sich eine LKW-Schlange von ca. 10 200 km ergeben, einem Viertel des Äquators.

Quelle: Tonnen für die Tonne, WWF (2015)
Link: <https://bit.ly/2SUPU2L>

Wie viele Nahrungsmittel werden weltweit pro Jahr verschwendet – entweder durch Nachernteverluste oder weil sie weggeschmissen werden?

- a) 103 Mio. t
- b) 543 Mio. t
- c) 0,3 Mrd. t
- d) 1,3 Mrd. t

Richtig ist d). Weltweit werden pro Jahr 1,3 Mrd. t Lebensmittel verschwendet. Die Verschwendung von Lebensmitteln kostet 664 Mrd. Dollar pro Jahr – das ist das Sechsfache der weltweiten Entwicklungshilfe. Der Kalorienbedarf aller Hungernden könnten damit drei Mal gedeckt werden.

Quelle: Informationen basieren auf dem Film „Taste the waste“ von Valentin von Thurn und WWF, online verfügbar unter: <https://bit.ly/2VOOHfy>

Durch eine bessere Planung beim Einkaufen und eine angemessene Lagerung von Lebensmitteln

- a) würde sich wahrscheinlich auch nichts Großes ändern.
- b) ließen sich 50% der weggeworfenen Lebensmittel retten.
- c) würden Stromkosten ins Unermessliche steigen.
- d) würde man viel zu viel Zeit im Supermarkt verbringen.

Richtig ist b). Das Ausmaß der Lebensmittelverschwendung ist nicht nur ethisch bedenklich. Es ließe sich durch eine bessere Planung und Lagerung auch einiges an Geld sparen: Durchschnittlich wirft jede*r Mensch in Deutschland pro Jahr und Kopf Lebensmittel im Wert von 300 € weg.

Quelle: Die Zahlen beruhen auf Angaben der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO), der Save Food-Studie des Folienherstellers Cofresco und des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV). Aus: Lebensmittelmüll in Zahlen, Öko-Fair, 2013 Link: <https://bit.ly/2SVs07r>

In welcher Region gehen ca. 70% der produzierten Kalorien verloren?

- a) Nord- und Südamerika
- b) Europa
- c) Afrika südlich der Sahara und Südostasien
- d) Australien und Neuseeland

Richtig ist c). In Afrika südlich der Sahara und in Süd-/Südostasien gehen rund 70% der produzierten Kalorien bereits verloren, bevor sie Händler*innen oder Verbraucher*innen erreichen. In armen Ländern entstehen 40% der Verluste nach der Ernte bereits auf dem Weg zu den Verbraucher*innen. Dies liegt daran, dass wenig Kapital vorhanden ist, um in Straßennetze, Kühlketten und Transporter oder Lagerung der Lebensmittel zu investieren. So gehen jährlich allein 150 Mio. t Getreide in den sogenannten „Entwicklungsländern“ verloren – das Sechsfache dessen, was nötig wäre, um alle hungernden Menschen in den armen Ländern zu versorgen.

Quellen: Verschwendung ist schockierend, N-TV Link: <https://bit.ly/2EPYRFP> und Weltweiter Kampf gegen Nahrungsmittelverschwendung benötigt regionale Ansätze, Trends der Zukunft, <https://bit.ly/2H85wi0> Trends der Zukunft, online verfügbar unter:

Wie hoch ist der Anteil an Lebensmitteln, der weltweit auf dem Müll landet?

- a) $\frac{1}{4}$
- b) $\frac{1}{3}$
- c) $\frac{1}{2}$

Richtig ist b). Ein Drittel aller weltweit produzierten Lebensmittel verdirbt vorzeitig oder landet im Müll. Damit wird weltweit umgerechnet umsonst eine Fläche bewirtschaftet, die anderthalb Mal so groß ist wie der europäische Kontinent. Allein die Verschwendung von Lebensmitteln verursacht doppelt so viele Emissionen wie der gesamte Luftverkehr.

Quelle: Informationen basieren auf dem Film „Taste the waste“ von Valentin von Thurn und WWF, online verfügbar unter: <https://bit.ly/2VOOHfy>

Einer Studie zufolge haben 58% der Befragten in Deutschland angegeben,

- a) regelmäßig Lebensmittel wegzuwerfen.
- b) überschüssige Lebensmittel an Bedürftige abzugeben.
- c) jeden Tag Lebensmittel einzukaufen.
- d) Lebensmittel auch nach Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums zu essen.

Richtig ist Antwort a): 58% der Menschen in Deutschland gibt an, regelmäßig Lebensmittel wegzuwerfen. Dabei haben lediglich 69% ein schlechtes Gewissen.

Quelle: Die Zahlen beruhen auf Angaben der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO), der Save Food-Studie des Folienherstellers Cofresco und des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV). Öko Fair, online verfügbar unter: <http://www.oeko-fair.de/verantwortlich-handeln/lebensmittelverschwendung/lebensmittelverschwendung-in-zahlen>

Würde die 2013 produzierte Ernte vollständig, so effektiv wie möglich als Lebensmittel eingesetzt und ohne Verluste transportiert,

- a) könnte diese Ernte ca. 12 Mrd. Menschen ernähren.
- b) könnten trotzdem höchstens zwei Drittel der Menschen ernährt werden.
- c) würde es gerade so ausreichen, alle Menschen dieser Erde zu ernähren.

Richtig ist a): Die produzierten Lebensmittel würden theoretisch weitaus reichen, alle Menschen auf der Erde – und sogar noch mehr – zu ernähren. Allerdings wird ein Großteil der Ernte verloren oder verschwendet, für Futtermittel oder zur Energieproduktion verwendet.

Quelle: Wege aus der Hungerkrise – Die Erkenntnisse und Folgen des Weltagrarberichts: Vorschläge für eine Landwirtschaft von morgen. Weltagrarbericht, 2013 Link: <https://bit.ly/2yuInQZ>



ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Lebensmittelverschwendung



ABGELAUFEN?! MINDESTHALTBARKEITS- VS. VERBRAUCHSDATUM

WORKSHOP-PHASE

Wissensvermittlung

INHALT

Das Quiz verdeutlicht Unterschiede zwischen dem gesetzlichen Mindesthaltbarkeits- und Verbrauchsdatum und thematisiert die Auswirkungen dieser Kennzeichen auf die Lebensmittelverschwendung

ZIEL

Teilnehmende erkennen den Unterschied zwischen dem Mindesthaltbarkeits- und dem Verbrauchsdatum und erkennen, dass von verdorbenen Lebensmitteln gesundheitliche Gefahren ausgehen können, jedoch gesundheitliche Bedenken bei Lebensmitteln mit nur knapp überschrittenem Mindesthaltbarkeitsdatum häufig nicht berechtigt sind. Sie reflektieren den eigenen Umgang mit Lebensmitteln, die diese Daten überschritten haben.

DAUER

Ca. 30 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

Quizkarten zum Mindesthaltbarkeitsdatum
(in der Methodenbox oder
zum Download auf unserer Webseite)

ABLAUF

Zunächst stimmt die Seminarleitung die Gruppe auf das nun folgende Thema ein: Das Mindesthaltbarkeitsdatum trägt viel zur Verschwendung von noch genießbaren Lebensmitteln bei. Warum ist das so? Wie können wir das vermeiden? Das nun folgende Quiz umfasst einige Aussagen, die entweder auf das Mindesthaltbarkeitsdatum, das Verbrauchsdatum oder beide Daten zutreffen. Es gibt mehrere Vorgehensweisen:

- Die Seminarleitung unterteilt den Raum in drei Felder. Ein Feld steht für das „Mindesthaltbarkeitsdatum“, das mittlere Feld für „beide Daten“ und das dritte Feld für das „Verbrauchsdatum“. Die Seminarleitung liest dann die Aussagen aus der Tabelle in unterschiedlicher Reihenfolge vor – so, dass sich Fragen zum Mindesthaltbarkeitsdatum und zum Verbrauchsdatum abwechseln. Die Teilnehmenden positionieren sich individuell oder nach Absprache als vorher bestimmte Kleingruppe im jeweiligen Antwortfeld.
- Jede*r Teilnehmende erhält zwei Quizkarten (eine mit „Mindesthaltbarkeitsdatum“ und eine mit „Verbrauchsdatum“). Die Seminarleitung liest dann die Aussagen aus der Tabelle in unterschiedlicher Reihenfolge vor – so, dass sich Fragen zum Mindesthaltbarkeitsdatum und zum Verbrauchsdatum abwechseln. Die Teilnehmenden zeigen nach Aufforderung durch die Seminarleitung jenes Datum, dem sie persönlich die Aussage zuordnen.

Die Seminarleitung erklärt nach jeder Aussage, welchem Datum diese zugeordnet wird. Zwei Aussagen können beiden Daten zugeordnet werden. Die Seminarleitung ermöglicht den Teilnehmenden, die Antworten zu diskutieren und fasst die Ergebnisse zusammen.

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Ein Grund, warum viele Lebensmittel unnötig in der Tonne landen, ist das Mindesthaltbarkeitsdatum. Was viele nicht wissen: Dieses Datum legt nicht der Gesetzgeber fest, sondern die Herstellenden. Es garantiert bis zu diesem Datum die Qualität des Produktes, aber das Mindesthaltbarkeitsdatum ist kein Wegwerfdatum. Zum Beispiel kann man Joghurt bei richtiger Lagerung noch sehr viel später essen, Mehl können wir noch

Jahre später verwenden, eine Konservendose übersteht Jahrzehnte im Keller und Trockenwaren wie Nudeln brauchen gar kein Mindesthaltbarkeitsdatum. Statt auf das Mindesthaltbarkeitsdatum sollten wir lieber auf unsere Sinne bauen: Durch Sehen, Riechen, Schmecken lässt sich leicht feststellen, ob etwas verdorben ist oder nicht.

MINDESTHALTBARKEITSDATUM

Das Datum gilt nur für die original verschlossene Packung. Das Öffnen führt dazu, dass Sauerstoff, Feuchtigkeit oder Mikroorganismen Zugang haben und sich der Verderb beschleunigen kann.

Das Datum gilt nur, wenn das Produkt sachgemäß transportiert und gelagert wurde, vor allem, was die Kühlung betrifft.

Das Datum gibt es erst seit 1981.

Produkte mit abgelaufenem Datum dürfen weiterverkauft werden, sofern der Verkäufer sich davon überzeugt hat, dass die Ware einwandfrei ist.

Oft schmecken die Produkte bei richtiger Lagerung auch nach Ablauf des Datums noch gut. Sollte es Anzeichen dafür geben, dass ein Produkt nicht mehr einwandfrei sein könnte, sollte es auch nicht mehr verzehrt werden.

Ungeöffnete und richtig gelagerte Lebensmittel behalten bis zu diesem Datum ihre Eigenschaften, z. B. Geschmack, Geruch, Farbe, Konsistenz und Nährwert.

VERBRAUCHSDATUM

Lebensmittel dürfen nach Ablauf dieses Datums nicht mehr verkauft werden.

Bei Lebensmitteln mit diesem Datum sollten unbedingt die angegebenen Lagerungsbedingungen eingehalten werden.

Das Datum muss nur bei Lebensmitteln angegeben werden, die durch Keime sehr leicht verderben und die dann gesundheitsschädlich sein können (z. B. Hackfleisch, Räucherlachs).



VERLEIH TAFEL „MAGNETISCHER KÜHLSCHRANK“

Für Ihre Ausstellungen und Mitmach-Aktionen zum Thema Lebensmittelwertschätzung verleiht „Zu gut für die Tonne“ einen magnetischen Kühlschrank, der spielerisch die ideale Aufbewahrung verschiedener Speisen vermittelt. Da der Versand der Tafel recht aufwendig ist, verleiht „Zu gut für die Tonne“ das Modul nur für Publikumsveranstaltungen, bei denen mit vielen Besucherinnen und Besuchern gerechnet wird.



Bestellung: <https://www.zugut fuer dietonne.de/>



ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Lebensmittelverschwendung



LEBENSMITTEL RICHTIG LAGERN

WORKSHOP-PHASE

Wissensvermittlung

INHALT

Diese Methode dreht sich um die richtige Lagerung von Lebensmitteln, um Lebensmittelverschwendung zu vermeiden.

Dabei liegt ein Schwerpunkt auf Obst und Gemüse, da diese mehr als 60% der weggeworfenen Lebensmittel ausmachen.

ZIEL

Die Teilnehmenden lernen, wie Lebensmittel am besten gelagert und aufbewahrt werden, um Lebensmittelverschwendung aufgrund falscher Lagerung zu vermeiden

DAUER

Ca. 60 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

- Interviewfragen, Wissenstest, Arbeitsblatt „Richtig lagern“ (zum Download auf unserer Webseite oder unter <https://bit.ly/1PH5SW4> abrufbar)
- Fotos von Obst und Gemüse (in der Methodenbox oder zum Download auf unserer Webseite)
- Ca. drei Stellwände

TECHNIK UND RAUM

Ggf. Stellwände

ABLAUF

Die Teilnehmenden finden sich in Paaren zusammen und stellen sich einige Interviewfragen. Dazu nutzt die Seminarleitung entweder die Interview-Vorlage, liest die einzelnen Fragen nach und nach laut vor oder visualisiert diese für alle Teilnehmenden gut sichtbar:

- Schreibst du vor dem Einkauf einen Einkaufszettel? Erstellst du einen Plan, was du die Woche über essen möchtest?
- Wirfst du eher viele oder eher wenige Lebensmittel weg? Warum?
- Welche Lagerplätze nutzt du zu Hause für Lebensmittel?
- Was machst du, wenn du im Kühlschrank ein Lebensmittel mit abgelaufenem Mindesthaltbarkeitsdatum entdeckst?
- Isst du Obst und Gemüse mit kleinen braunen Stellen?
- Welche Reste-Rezepte kennst du? Hast du schon mal ein Reste-Kochen veranstaltet, zu dem alle Freundinnen und Freunde ihre Kühlschrankreste mitbringen?

Die Teilnehmenden bilden im Anschluss Kleingruppen und beantworten gemeinsam den Wissenstest „Lebensmittel retten für Anfänger“ oder „Lebensmittel retten für Fortgeschrittene“. Dazu nutzen sie entweder ihr Handy und greifen direkt auf das Quiz zu oder die Seminarleitung nutzt dazu die Kopiervorlage. Im Anschluss an den Wissenstest verfestigen die Teilnehmenden ihr Wissen, indem Sie Obst, Gemüse und andere Lebensmittel der Lagerform zuordnen:

- Die Teilnehmenden erhalten je ein Arbeitsblatt „Richtig lagern“. Die Teilnehmenden überlegen, wie sich die einzelnen Lebensmittel am besten lagern lassen. Die Teilnehmenden tragen die Produkte entsprechend in die Tabelle ein.
- Die Seminarleitung verteilt die Fotos von unterschiedlichem Obst und Gemüse (in der Methodenbox) an die Teilnehmenden. Diese verteilen diese auf drei im Raum verteilte Stellwände, die für „Lagern im Gemüfefach des Kühlschranks“, „Reifen im Zimmer und Lagern im Kühlschrank“ und „Lagern bei Raumtemperaturen“ stehen. Die Teilnehmenden ordnen die Fotos den Stellwänden zu.

Anschließend werden die Ergebnisse im Plenum gesammelt und diskutiert.



ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Lebensmittelverschwendung



GERMANY'S NEXT TOP-GURKE – SCHÖNHEITSWAHN IM SUPERMARKT

WORKSHOP-PHASE

Reflexion

INHALT

Weit verbreitete „Schönheitsideale“ für Obst und Gemüse tragen in hohem Maße zur allgemeinen Lebensmittelverschwendung bei. Die Methode bezieht sich auf diesen Umstand und versucht herauszufinden, wobei es beim Kauf von frischen Lebensmitteln wirklich ankommt.

ZIEL

Teilnehmende reflektieren, nach welchen Kriterien sie Obst und Gemüse kaufen. Sie überlegen, wie Kriterien entstehen und welche Auswirkungen diese auf Anbau und Verkauf von Lebensmitteln sowie Lebensmittelverschwendung haben.

DAUER

Ca. 30 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

Papier, bunte Stifte

TECHNIK UND RAUM

Tische für die Kleingruppen

ABLAUF

Die Teilnehmenden werden in zwei Gruppen, in die Obst- und die Gemüsegruppe, eingeteilt. Bei einer großen Anzahl an Teilnehmenden können auch jeweils zwei Gruppen (insgesamt vier) gebildet werden. Die Teilnehmenden unterhalten sich mit den anderen Mitgliedern ihrer Gruppe darüber, wie verschiedene Obst- bzw. Gemüsesorten eigentlich aussehen. Anschließend zeichnen sie die jeweiligen Sorten: Dabei sollen insbesondere markante – und für die jeweilige Frucht typische – optische Merkmale (v. a. Farbe, Form, Glanz, Größe) deutlich werden. Ggf. helfen folgende Fragen den Teilnehmenden, die Merkmale zu bestimmen:

- „Wenn ihr an einen Apfel denkt, ist der dann eher rot oder grün?“
- „Wie groß sind eigentlich Kartoffeln?“
- „Welche Farben hat Paprika?“

Jede Gruppe malt mindesten fünf Obst- bzw. Gemüsesorten. Dabei können die Gruppen frei entscheiden, für welche Sorten sie sich entscheiden. Anschließend werden die Ergebnisse an ein Flipchart gepinnt. Jede Gruppe stellt die von ihnen gezeichneten Sorten vor und versucht so detailliert wie möglich zu beschreiben und dabei auf typische Merkmale einzugehen.

- Anschließend diskutieren die Teilnehmenden folgende Fragen: Warum sind wir uns eigentlich so sicher, dass z. B. eine Gurke von Natur aus ein bestimmtes Aussehen hat?
- Warum finden wir es unappetitlich, wenn ein Apfel eine Beule hat?
- Warum greifen wir automatisch zu „hübscheren“ Lebensmitteln, die unserer Norm entsprechen?
- Können wir vom Aussehen immer auf den Geschmack schließen?
- Was passiert eigentlich mit Lebensmitteln, die nicht dieser Norm entsprechen?
- Was bedeutet es eigentlich für die Bäuerinnen*, dass wir nur Obst und Gemüse mit bestimmten Merkmalen essen möchten?

Die Seminarleitung gibt ggf. Hintergrundinformationen an die Gruppe weiter und fasst das Ergebnis der Diskussion zusammen.

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Betrachtet man die gesamte Wertschöpfungskette der Lebensmittelproduktion (von Bäuerinnen* bis zu den Endverbraucher*innen) lassen sich alleine für Deutschland 18 Mio. Tonnen Lebensmittel verbuchen, die jährlich in die Tonne wandern. Ein großer Teil davon geht bereits „verloren“, bevor er das Feld verlässt. Eine Studie vom WWF gibt an, dass beispielsweise 30 % an Karotten und ca. 10 % an Äpfeln nie den Nachernteprozess erreichen, sondern einfach wieder untergepflügt werden. Grund dafür ist auch, dass diese Produkte die geforder-

ten Schönheitsstandards nicht erfüllen. Verbraucher*innen haben eine bestimmte Vorstellung davon, wie Obst und Gemüse auszusehen hat: Der Apfel muss rund und glänzend sein – Karotten und Gurken kerzengerade. Obst und Gemüse, das „unförmig“ gewachsen ist, wird im Regelfall nicht gekauft. Neben wählerischen Konsument*innen tragen auch die Supermärkte Schuld an diesen – theoretisch vermeidbaren – Verlusten. Denn obwohl die EU die Vermarktungsnormen für 26 Obst- und Gemüsesorten, die unter anderem Form und Farbe geregelt hat, im Jahr 2009 wieder abgeschafft hat, findet man (fast) nur perfekt aussehendes Gemüse, da dieses Profit bringt und einfacher zu transportieren und zu lagern ist. Mit dieser Auswahlpraxis geht auch ein Verlust an Arten- und Saatgutvielfalt einher. Die Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) schätzt den Verlust an Kulturpflanzen-Vielfalt seit dem Jahr 1900 auf über 75 %.



DOKUMENTARFILM „FRISCH AUF DEN MÜLL“

(in der Methodenbox)



Zeit:

Film: 43 Minuten, Methoden: zwischen 15 und 60 Minuten

Material:

DVD „Frisch auf den Müll“ (Taste the waste)
in der Methodenbox oder auf YouTube

Vorbereitung:

Beamer, Laptop, DVD, Lautsprecher;
ggf. Materialien des pädagogischen Begleitmaterials

Vorgehensweise:

Im ROM-Teil der DVD (im Ordner „BEGLEITMATERIAL“)
sind Anregungen und Methoden, um den Film mit
einer Gruppe gemeinsam zu analysieren.

Ziel:

Die Teilnehmenden lernen Protagonist*innen in der
Erzeugung von und im Kampf gegen Lebensmittel-
verschwendung kennen. Sie erfahren die globale Dimension
des Problems und haben eine Grundlage dazu,
ihre eigene Rolle kritisch zu reflektieren.



ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Lebensmittelverschwendung



LEBENSMITTELRETTER: SMARTPHONE

WORKSHOP-PHASE

Aktivierung

INHALT

Neue Technologien können uns durch entsprechende Anwendungen dabei unterstützen, unseren Lebensmittelabfall zu reduzieren oder abzuschaffen.

ZIEL

Die Teilnehmenden machen sich Gedanken über bestehende Möglichkeiten und Alternativen, um die eigene Lebensmittelverschwendung zu minimieren und in Zukunft verantwortungsvoller mit Essen umzugehen. Dazu können Apps und Webseiten genutzt werden, die die Teilnehmenden durch diese Methode kennenlernen.

DAUER

Ca. 30 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

Smartphones (werden geteilt, wenn nicht alle Teilnehmenden eines besitzen)

TECHNIK UND RAUM

Gute Internetverbindung oder W-LAN notwendig

ABLAUF

Die Seminarleitung bittet die Teilnehmenden, ein Los zu ziehen oder ordnet den Kleingruppen eine App bzw. eine Website zu. Die Teilnehmenden rufen die Website auf bzw. laden zunächst die App herunter. Dann sind sie dazu aufgerufen, die App zu erforschen und zu nutzen. Sie bereiten eine Zusammenfassung für das Plenum vor. Leitfragen sind:

- Was ist das Ziel der App/Webseite?
- Was leistet die App/Webseite?
- Klappt die Anwendung/Webseite?
- Würdest du sie empfehlen? Warum bzw. warum nicht?

Die Kleingruppen bereiten eine kurze Information „ihrer“ App bzw. Webseite vor und stellen diese im Plenum vor. Die Seminarleitung befestigt zur Auswertung zwei Schilder an gegenüberliegenden Wänden im Seminarraum. Auf einem Schild steht „Auf jeden Fall“, auf einem anderen „Auf keinen Fall“. Nach der Präsentation der Apps/Webseiten werden die Teilnehmenden gebeten, sich auf einer Linie zwischen den Schildern zu positionieren. Würden sie die Apps/Webseiten nutzen? Die Seminarleitung befragt spontan einige Teilnehmende zu den Beweggründen.

Webseiten

www.mundraub.org

Mundraub.org ist eine kostenlose Online-Plattform, auf der eine webbasierte Karte die Standorte von Obst und Kräutern im öffentlichen Raum abbildet. Über 25 000 Menschen nutzen die Plattform, um Fundorte miteinander zu teilen, Erfahrungen und Rezepte auszutauschen. Mundraub.org will heimische Obstallmenden fördern

und erhalten. Die Kartierung leistet wertvolle Dienste, denn neben der Wiederentdeckung reichhaltiger, aber vergessener Obstschätze kommt es auch zur Vernetzung von Naturliebhabern untereinander.

www.foodsharing.de

Teile Lebensmittel anstatt sie wegzuerwerfen!

www.resterechner.de

Jedes Jahr werfen wir in Deutschland fast ein Drittel aller eingekauften Lebensmittel in den Müll. Der Resterechner zeigt, was in unserem Essen steckt: Jede Menge Energie und nicht selten eine hübsche Summe Geld. Wie viel das ist, zeigt der Resterechner. Einfach ein Nahrungsmittel auswählen, in die Tonne werfen – und überraschen lassen!

Apps

www.lebensmittelklarheit.de

Dies ist ein Verbraucherportal, das Informationen rund um Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln bietet. Meinungen und Positionen der Verbraucherzentrale sind in den Informationstexten farblich unterlegt. Das Internetportal hat zum Ziel, Verbraucherinnen und Verbrauchern, die sich durch die Aufmachung von Produkten oder die Werbung dafür getäuscht fühlen, allgemeine Informationen zur Kennzeichnung zu geben, Fragen zu konkreten Produkten zu beantworten und Raum für Diskussionen zu bieten.

www.sharethymeal.org

Hunger beenden mit einer App und der UNO: mit nur 40 Cent!

www.label-online.de

Diese App gibt Verbrauchern den Überblick über Labels und Siegel zurück. Anhand von Bewertungen und Hintergrundinformationen lässt sich schnell erfassen, welches Zeichen was bedeutet und welche Qualität dahintersteckt.

www.zugutfuertietonne.de

Aus übriggebliebenen Lebensmitteln leckere Restegerichte zubereiten: Dafür gibt es die Zu-gut-für-die-Tonne-App für Smartphones und Tablets. Sie enthält mittlerweile 340 Rezepte von Sterneköchen und prominenten Kochpaten. Die App gibt außerdem Tipps zum Einkauf, zur richtigen Aufbewahrung und Verwertung von Lebensmitteln. Ein umfangreiches Lebensmittellexikon informiert über Lagerung und Haltbarkeit. Und der Einkaufsplaner bringt Übersicht in den Supermarktbesuch und hilft dabei, Mengen richtig einzuschätzen und Zeit im Geschäft zu sparen.

www.das-ist-drin.de

Diese App hat es sich zur Aufgabe gemacht, Orientierung und Transparenz im Kühlschrank, der Vorratskammer, am Supermarktregal oder Frühstücksbuffet zu schaffen. Wir sagen Ihnen, was drin ist. Neutral, kompetent und zuverlässig informieren wir Sie über die Inhaltsstoffe, Zusatzstoffe und Nährwerte Ihrer Lebensmittel und ermöglichen Ihnen so, den Überblick über das zu behalten, was Sie zu sich nehmen – und das zentral – an einer Stelle.

www.siegelklarheit.de

Die Zahl der Umwelt- und Sozialsiegel wächst rasant. Wissen Sie, welches Siegel wofür steht und ob es hält, was es verspricht? – Unser Portal sorgt für mehr Klarheit und Wahrheit. Wir bieten Bewertungen und Vergleiche von Siegeln, damit Sie nachhaltig einkaufen können.

www.codecheck.info

Codecheck.info ist das Online-Produktlexikon, das dir kostenlose Informationen zu Mio. Produkten zur Verfügung stellt. Das Prinzip ist ganz einfach: Scanne den Barcode eines beliebigen Produkts über Webcam oder Smartphone oder suche manuell nach dem Produkt deiner Wahl, um Sekunden später Produktinformationen zu Inhaltsstoffen bzw. Nährstoffen, Herstellern, Labels und mehr zu erhalten.



ES IST GENUG FÜR ALLE DA – DER GLOBALE BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Schwerpunkt: Lebensmittelverschwendung



WEGE AUS DER VERSCHWENDUNG

WORKSHOP-PHASE

Aktivierung

INHALT

Um andere Wege zu gehen und Verhaltensmuster zu ändern, die Lebensmittelverschwendung verstärken, ist es hilfreich, Alternativen zu kennen.

ZIEL

Die Teilnehmenden machen sich aktiv darüber Gedanken, welche Möglichkeiten und Alternativen bestehen, um die eigene Lebensmittelverschwendung zu verringern und in Zukunft verantwortungsvoller mit Essen umzugehen, da dies in engem Zusammenhang mit sozialen und ökologischen Aspekten steht.

DAUER

Ca. 40 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

Papier/Stifte oder alternatives Material

TECHNIK UND RAUM

Gruppentische für Kleingruppenarbeit

ABLAUF

Die Teilnehmenden werden in zwei Gruppen eingeteilt und erhalten pro Gruppe einen Arbeitsauftrag. Bei einer großen Gruppengröße können auch jeweils zwei Gruppen pro Arbeitsauftrag, also insgesamt vier Gruppen, gebildet werden. Die Teilnehmenden setzen sich in ihren Kleingruppen zusammen, diskutieren den Arbeitsauftrag und notieren ihre Antworten und Ergebnisse. Anschließend stellen die Kleingruppen ihre Ergebnisse den anderen Gruppen vor. Die Seminarleitung kann dabei die einzelnen Punkte an einem Flipchart festhalten.

Herausforderung: Elf Mio. Tonnen Lebensmittelmüll fallen in Deutschland Jahr für Jahr an. Der größte Teil davon – nämlich 6,7 Mio. Tonnen – in den privaten Haushalten. Jede*r Mensch wirft in Deutschland im Durchschnitt jährlich 82 kg Lebensmittel weg, zwei Drittel davon wären vermeidbar. Dies entspricht einem Geldwert von 235 € (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft). Oftmals liegt das daran, dass wir – ohne genau zu wissen, was wir brauchen – in den Supermarkt gehen und uns von dem herrlichen Angebot inspirieren lassen. Wir neigen zu Spontankäufen und lassen uns gerne durch Reize und Werbung beeinflussen. Nachdem alles erst einmal in den Kühlschrank wandert, stellen wir nach einigen Tagen oder Wochen fest, dass einige Lebensmittel bereits komisch aussehen oder ihr Mindesthaltbarkeitsdatum erreicht haben und schmeißen alles gebündelt in den Müll.

Arbeitsgruppe 1

Überlegt gemeinsam, welche Möglichkeiten es gibt, im Vornherein weniger einzukaufen, sodass am Ende weniger weggeworfen wird! Denkt in diesem Zusammenhang auch daran, wie es bei euch zu Hause im Alltag aussieht: Gibt es eine Person bei euch zu Hause, die den Einkauf für alle Personen erledigt?

Arbeitsgruppe 2

Überlegt gemeinsam, welche Möglichkeiten es gibt, das Wegwerfen von Lebensmitteln zu vermeiden, auch wenn man zu viel eingekauft hat. Denkt in diesem Zusammenhang auch über die Bedeutung des Mindesthaltbarkeitsdatums nach, z. B. was sagt dieses eigentlich aus? Was gibt es für Alternativen zum Wegwerfen von Lebensmitteln?

Mögliche Punkte für die Auswertung oder zur Ergänzung der Auswertung:

Gruppe 1

- Häufiger einkaufen und kleinere Mengen besorgen
- Großeinkäufe vermeiden, da man sonst den Überblick verliert
- Spontaneinkäufe vermeiden, sondern Einkauf im Vorfeld planen
- Einkaufszettel vorbereiten
- Essensplan erstellen und danach einkaufen gehen
- Absprachen unter Familienmitgliedern/Mitbewohner*innen treffen (wer möchte was essen?)
- Nicht hungrig einkaufen gehen (dann lässt man sich weniger verleiten, unnötige Dinge zu kaufen, auf die man in hungrigen Momenten Lust hat)
- Großpackungen bei leicht verderblichen Waren vermeiden und lieber einzelne Früchte und Gemüsesorten kaufen. So kauft man nur genau die Menge ein, die man benötigt und vermeidet sogar unnötigen Plastikmüll
- Großpackungen nur für haltbare Lebensmittel nutzen – zum Beispiel Reis – das verringert Plastikmüll
- Nicht von Sonderangeboten verleiten lassen
- Außerdem: wenn man noch an die großen Mengen denkt, die von Supermärkten nach Ladenschluss wegwerfen werden, könnte man, um diesem Prozess ein wenig entgegen zu wirken, weniger schönes Obst & Gemüse kaufen oder zu Produkten greifen, die kurz vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums stehen.

Gruppe 2

- Reste vom Vortag beim Kochen verwenden
- Rezeptideen für Reste gibt es überall im Internet – Inspirationen suchen

- Lieber kleinere, dafür mehrere Portionen servieren, dann bleiben weniger Reste auf dem Teller liegen
- Man kann containern gehen, das heißt Lebensmittel aus den Mülleimern von Supermärkten „retten“. Das ist allerdings in der Regel nicht legal.
- Lebensmittel teilen, z. B. über die Internetplattform Foodsharing
- Freunde einladen und gemeinsam größere Mengen kochen
- Lebensmittel (ver-)teilen: In Deutschland gibt es beispielsweise fast 900 Tafeln mit über 3000 Ausgabe-stellen, die sich über Lebensmittelspenden sehr freuen und diese dann an Bedürftige weiterverteilen.
- Lebensmittel einfrieren
- Lebensmittel richtig lagern
- Gemüse und Obst, das schrumpelig wird, kann trotzdem problemlos verkocht werden, ohne an Geschmack zu verlieren, wenn man es bspw. nicht mehr für einen Salat verwenden möchte
- Das Mindesthaltbarkeitsdatum ist nicht per se ein Datum, an dem Lebensmittel entsorgt werden müssen. Es gibt lediglich an, bis zu welchem Tag das Produkt über bestimmte Eigenschaften, wie Farbe, Konsistenz und Aroma verfügt

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Bei der Auswertung der Ergebnisse sollte unbedingt das Mindesthaltbarkeitsdatum thematisiert werden (siehe Methode zum Mindesthaltbarkeitsdatum). Laut Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) schmeißt pro Jahr jede*r Einwohner*in Deutschlands durchschnittlich 82 kg Lebensmittel in den Müll. Häufig gehen wir in den Supermarkt und schlendern umher, ohne eigentlich genau zu wissen, was wir brauchen. Spontan entscheiden wir dann, meist anhand optischer Reize oder beeinflusst durch aktuelle Werbung, was wir kaufen. Zuhause wandert erst mal alles in den Kühlschrank und gerät dort nicht selten in Vergessenheit. Nicht selten wandern mit einem Rutsch alle Lebensmittel, die das Mindesthaltbarkeitsdatum erreicht haben, in den Müll und alles fängt von vorne an.



EINSTIEG IN DAS THEMA

78

THEMENPFAD MODE



WISSENSVERMITTLUNG

79–80

DER PREIS DER BLUE JEANS

80

Lernspiel „Reise einer Jeans“ von AWO International



REFLEXION

81

SCHNEEBALLSCHLACHT



WISSENSVERMITTLUNG UND REFLEXION

82–83

WER BEKOMMT WIEVIEL VOM PREIS EINER JEANS?



AKTIVIERUNG

84

WIR KÖNNEN AUCH ANDERS!

85

Die Kundschaft macht Druck bei Fashion

Diese Methoden decken versteckte soziale und ökologische Kosten unserer billigen Kleidung auf: Während wir von einem stetig größeren Angebot immer billigerer Kleidung profitieren, wird anderswo auf der Welt ein hoher Preis bezahlt.

Teilnehmende erkennen, welche Folgen diese Billigpreispolitik für die Arbeiter*innen und die Umwelt in den Produktionsländern hat.

SAUBERE KLEIDUNG? – SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE KOSTEN UNSERER BILLIGEN KLEIDUNG AUFDECKEN



THEMENPFAD MODE

WORKSHOP-PHASE

Einstieg in das Thema

INHALT

Methode zu Assoziationen zum Thema
Mode und Kleidung

ZIEL

Die Teilnehmenden finden in eine
kritische Auseinandersetzung mit den Themen
Kleidung und Textilproduktion einen Einstieg

DAUER

Ca. 30 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

Assoziationskarten (in der Methodenbox oder
zum Download auf unserer Webseite)

TECHNIK UND RAUM

Genügend Raum, damit auch eine lange
Assoziationskette entstehen kann

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Nach einer Idee von SÜDWIND Agentur
(Österreich) u. a. (Hrsg.): Mein Design. Meine
Verantwortung. Nachhaltige Mode – Handbuch für
LehrerInnen. Mehr Informationen unter:

- <https://www.fashionrevolution.org/europe/germany/>
 - <https://femnet-ev.de/>
 - <https://saubere-kleidung.de/>

ABLAUF

Die laminierten Karten, auf denen verschiedene Situationen, Gefühle oder Aktionen zum Thema Mode und Kleidung dargestellt sind, werden gemischt auf dem Boden oder einem großen Tisch verteilt. Die Teilnehmenden bilden einen Kreis um die Karten und haben ein bis zwei Minuten Zeit, sich diese anzuschauen. Aufgabe der Teilnehmenden ist es, anschließend eine Assoziationskette aus den verschiedenen Bildern zu bilden. Das erste Glied der Kette ist immer die Karte „Mode“. Anschließend legen die Teilnehmenden im Uhrzeigersinn jeweils eine Karte an eine bereits liegende Karte an, die ihrer Meinung nach inhaltlich gut dazu passt. Dabei erläutern sie der Gruppe kurz, warum sie einen inhaltlichen Zusammenhang zwischen diesen beiden Karten sehen. Wenn es keine Ideen mehr zum Anlegen von Karten gibt, der Themenpfad also vollständig ist, bekommen die Teilnehmenden Zeit, um sich die Assoziationskette noch einmal anzuschauen und alle Verbindungen zu verstehen. Anschließend findet eine kurze Fragerunde statt, in der die Leitung die Teilnehmenden fragt, wie es ihnen ergangen ist, ob sie Schwierigkeiten hatten, Assoziationen zu finden bzw. Assoziationen anderer Teilnehmenden nachzuvollziehen. An dieser Stelle können offene Fragen der Teilnehmenden geklärt werden und eine Diskussion über Mode und Kleidung anschließen.

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Die Moderation sollte darauf hinweisen, dass es keine falschen Assoziationen gibt. Während eine Person ihre Assoziationen erklärt, hören die anderen Gruppenmitglieder aufmerksam zu, stellen jedoch keine Fragen.



DER PREIS DER BLUE JEANS

WORKSHOP-PHASE

Wissensvermittlung

INHALT

Der Dokumentarfilm zeigt Arbeitsbedingungen in und Umweltfolgen der Textilindustrie und beleuchtet die Rolle der Unternehmen in der Jeansproduktion.

ZIEL

Die Teilnehmenden erkennen Interessenskonflikte entlang der globalen Textilproduktionskette sowie versteckte soziale und ökologische Kosten, die während der Produktion anfallen.

DAUER

Ca. 75 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

Film „Der Preis der Blue Jeans“
(DVD in der Methodenbox, in der ARD-Mediathek oder auf Videoportalen im Internet)

TECHNIK UND RAUM

Laptop mit Internetanschluss, Lautsprecher,
Beamer oder DVD-Player/Fernseher

ABLAUF

Massenware Blue Jeans: Wo kommen eigentlich all die Hosen her und welchen Preis hat die Billigproduktion – für die Umwelt und die Menschen? Die Dokumentation „Der Preis der Blue Jeans“ recherchiert entlang der globalen Textilkette und beginnt in deutschen Textilgeschäften, die sich mit Tiefpreisen unterbieten. Unter welchen Bedingungen werden die Hosen hergestellt? Die Autoren Christian Jentzsch und Michael Höft folgen den Spuren der Blue Jeans von deutschen Textilläden zurück zu ihren Produktionsorten in China. Wer bezahlt den wahren Preis für die modischen Schnäppchen? Um zentrale Erkenntnisse besser zusammenfassen zu können, bilden die Teilnehmenden drei Gruppen, die sich den Film unter folgenden Gesichtspunkten anschauen und Notizen dazu machen:

Gruppe 1: Im Film werden verschiedene Textilfabriken in China gezeigt.

- Wie sehen die Arbeitsbedingungen dort aus?
- Wie geht es den Arbeiter*innen? Reicht ihr Lohn, haben sie Rechte? Wie steht es um ihre Gesundheit?
- Was müsste sich eurer Meinung nach vor allem ändern?

Gruppe 2: Im Film wird gezeigt, dass die Jeansproduktion in China zu einer massiven Belastung der Umwelt führt.

- Wobei bzw. wodurch wird die Umwelt geschädigt?
- Was sind die Folgen (z. B. bei den Bauern, die in Fabriknähe leben)?
- Wie äußern sich die befragten Verantwortlichen (z. B. Geschäftsführer) zum Problem der Umweltverschmutzung?

**Gruppe 3:
Im Film kommen Führungskräfte
von Kik und Mustang sowie
deutsche Importeure zu Wort.**

- Wie äußern sie sich zu den bestehenden Arbeitsbedingungen in den Textilfabriken?
- Wen machen sie dafür verantwortlich?

Im Anschluss an den Film visualisiert die Leitung z. B. an einer Pinnwand die Stichpunkte der Teilnehmenden unter den Überschriften „Arbeitsbedingungen“, „Umweltbelastung“, „Argumentation der Unternehmen“. Abschließend überlegen die Teilnehmenden gemeinsam, was sich in der Textilproduktion ihrer Meinung nach

ändern müsste. Folgende Ideen können die Ideen der Teilnehmenden ergänzen:

- Zahlung von Mindest- bzw. Existenzlöhnen
- Einhaltung von Arbeitsrechten, Arbeitsschutz und Umweltauflagen
- Transparenz und Einhaltung sozialer Standards aller beteiligten Unternehmen entlang der gesamten Textilkette

Dafür setzen sich die Kampagne für Saubere Kleidung und die Kampagne Lohn zum Leben ein, die inklusive der Beteiligungsmöglichkeiten im Rahmen der Auswertung vorgestellt werden kann. Zur Auswertung kann auch die Methode „Schneeballschlacht“ durchgeführt werden.



**LERNSPIEL „REISE EINER JEANS“
VON AWO INTERNATIONAL**



Das Quiz- und Lernspiel „Reise einer Jeans“ von AWO International vermittelt Kulturelles, Kurzweiliges und Wissenswertes über die Textilkette sowie Arbeitsbedingungen, Umweltfolgen und Rolle der Unternehmen bei der Jeansproduktion. Lernende erkunden spielerisch die globale Textilkette und erfahren mehr über Hintergründe der Jeans sowie versteckte soziale und ökologische Kosten. Die Seminarleitung teilt die Gruppe in Kleingruppen von maximal 6 Spieler*innen auf. In der Methodenbox stehen 4 Spielsets zur Verfügung, insgesamt können also maximal 24 Teilnehmende mitspielen. Die Spielanleitungen erklären den Spielverlauf, indem durch Würfeln vorangeschritten wird. Quizkarten vermitteln Wissen rund um die Textilkette: Baumwollanbau, Spinnen und Weben, Textilveredelung, Bekleidungsproduktion, Transport/Allgemeines und Altkleider. Aktionsfelder lockern den Spielverlauf auf. Im Anschluss bieten sich die Methoden „Schneeballschlacht“ und „Wer bekommt was vom Preis einer Jeans“ an, um Gelerntes nochmal zu reflektieren. Das Spielset (Spielanleitung, Spielplan, Fragekarten, Spielfiguren und Würfel) befindet sich in der Methodenbox. Eine inklusive, Barriere-reduzierte Spielversion kann bei AWO International und bezev bestellt werden.



SCHNEEBALLSCHLACHT

WORKSHOP-PHASE

Reflexion

INHALT

Diese Methode ermöglicht es den Teilnehmenden, zentrale Informationen zur globalen Textilkette und die dort anfallenden sozialen und ökologischen Kosten zu reflektieren.

ZIEL

Die Teilnehmenden verfestigen Wissen und sind dazu befähigt, in der Folge über das Thema zu diskutieren. Die Methode eignet sich zudem als Warm-Up mit hohem Spaßfaktor.

DAUER

Ca. 20 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

Stifte und Papier (z. B. Schmierpapier)

TECHNIK UND RAUM

Ausreichend Platz für einen großen Kreis aller Teilnehmenden

ABLAUF

Beim Würfelspiel „Reise einer Jeans“ oder durch den Film „Der Preis der Blue Jeans“ haben die Teilnehmenden mehr über globale Textilproduktion erfahren. Sie haben spielerisch die textile Wertschöpfungskette kennengelernt, Produktionsschritte in Ländern verortet und dabei viel über die sozialen Probleme, Arbeitsbedingungen und Menschenrechtsverletzungen, Umweltverschmutzung, virtuellen Wasserverbrauch, unseren Kleiderkonsum etc. gelernt. Mit der „Schnee-

ballschlacht“ können die Teilnehmenden noch einmal über das Spiel bzw. den Film nachdenken und in der Kleingruppe darüber sprechen, welche Fakten sie besonders wichtig gefunden haben.

Die Gruppen finden sich so wieder zusammen, wie sie zuvor das Würfelspiel gespielt haben. Jede Gruppe erhält eine Frage und hat ca. 10 Minuten Zeit zur Bearbeitung. Alle Fragen sollten zugeteilt werden. Die Gruppen diskutieren über die eingebrachten Fragen:

- Welche Aspekte bzw. Fragen aus den Bereichen Baumwollanbau, Spinnen und Weben findet ihr so wichtig, dass ihr denkt, alle Menschen sollten darüber Bescheid wissen?
- Welche Aspekte bzw. Fragen aus dem Bereich Textilveredelung findet ihr so wichtig, dass ihr denkt, alle Menschen sollten darüber Bescheid wissen?
- Welche Aspekte bzw. Fragen aus den Bereichen Bekleidungsproduktion findet ihr so wichtig, dass ihr denkt, alle Menschen sollten darüber Bescheid wissen?
- Welche Aspekte bzw. Fragen aus den Bereichen Transport, Allgemeines und Altkleider findet ihr so wichtig, dass ihr denkt, alle Menschen sollten darüber Bescheid wissen?

Wenn sich die Teilnehmenden geeinigt haben, notieren alle eine Frage/einen Aspekt auf einem leeren Blatt Papier (z. B. Schmierpapier) und merken sich die richtige Antwort. Die Teilnehmenden können noch verschiedene Antwortmöglichkeiten ergänzen. Wichtig ist, dass die Fragen/Aspekte und Antworten zunächst „geheim“ bleiben! Sie knüllen das Papier zu einem „Schneeball“ zusammen. Dann finden sich die Teilnehmenden in einem großen Kreis zusammen und beginnen auf Kommando der Leitung mit der Schneeballschlacht, d. h. sie werfen ihre zusammengeknüllten Papiere auf die anderen Teilnehmenden. Herunter gefallene „Schneebälle“ werden aufgehoben und sofort wieder geworfen. Nach drei bis fünf Minuten ist Schluss. Alle Teilnehmenden halten nun einen „Schneeball“ in der Hand. Der Reihe nach falten alle das Papier auseinander und lesen die Fragen vor. Wenn jemand die Frage nicht beantworten kann, geht die Frage an alle. Sollte niemand die Lösung wissen, wird die Frage von dem oder derjenigen beantwortet, der*die die Frage aufgeschrieben hat.



SAUBERE KLEIDUNG? – SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE KOSTEN UNSERER BILLIGEN KLEIDUNG AUFDECKEN



WER BEKOMMT WIEVIEL VOM PREIS EINER JEANS?

WORKSHOP-PHASE

Wissensvermittlung und Reflexion

INHALT

Diese Methode zeigt, wie sich der Endpreis einer Jeans zusammensetzt und in welchem Maße unterschiedliche Akteur*innen entlang der Lieferkette vom Verkauf profitieren.

ZIEL

Teilnehmende kennen Hintergründe der Preisgestaltung und Gewinnverteilung von verkauften Kleidungsstücken, in diesem Fall der Jeans.

DAUER

Ca. 15 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

Jeansteile (in der Methodenbox)
Achtung: Der Knopf (1% = Lohn der Näher*innen) befindet sich in einer der vorderen Taschen der jeweiligen Jeans! Bitte nach der Nutzung wieder in die Tasche zurückstecken.

ABLAUF

Es werden zwei Gruppen gebildet. Jede Gruppe erhält die laminierten Textkarten, die Karten mit Prozentangaben und die Einzelteile einer Jeans. Dann breitet jede Gruppe die Einzelteile der Jeans (auf dem Boden oder einem großen Tisch) aus und setzt diese zu einer ganzen Hose zusammen. Sie überlegen, welche Karten zu den einzelnen Teilen passen, und legen diese entsprechend daneben. Dann erfolgt die Auflösung und Erklärung durch die Leitung:

50%: Einzelhandel (Gewinn, Verwaltung, Ladenmiete) und Mehrwertsteuer

Die Hälfte des Endpreises einer Jeans entsteht beim Einzelhandel. Dazu gehören Personal- und Verwaltungskosten, Ladenmiete, die Mehrwertsteuer, aber eben auch der Gewinn. Die Gewinnspanne ist für den Handel umso höher, je niedriger die Produktionskosten sind. Das ist der Grund für die Auslagerung der meisten Produktionsschritte in Niedriglohnländer.

25%: Markenfirma (Entwicklung/Design), Verwaltung und Werbung

Das Geld, das die Unternehmen bei den Produktionskosten und vor allem bei den Löhnen sparen, wird meistens in die Werbung investiert. Bekannten Models, Filmstars oder Sportler*innen werden Honorare gezahlt, damit diese Produkte vermarkten. Durch diese Strategie steigt der Bekanntheitsgrad und Markennamen werden mit prominenten Persönlichkeiten verbunden. Ein Teil davon wird auch für Forschung, Entwicklung und Design ausgegeben.

13%: Herstellungs- und Materialkosten und Gewinn in den Niedriglohnländern

Die Fabriken in den Niedriglohnländern müssen sich an die Weltmarktpreise anpassen, um selbst Gewinn erzielen zu können. Deshalb müssen die Herstellungskosten so gering wie möglich sein. Die Arbeiter*innen erhalten daher einen extrem niedrigen Lohn und arbeiten oft unter inakzeptablen Bedingungen. Die Gewinnspanne unterscheidet sich allerdings sehr von der, die der Einzelhandel erwarten kann.

11%: Transport und Steuern

Die Transportkosten sind durch die Einführung der Container drastisch gesunken. Früher betrug sie noch ca. 25%. In Containern können große Warenmengen einfach und platzsparend verstaut und umgeladen werden. Früher musste jeder einzelne Karton vom Frachter in Eisenbahnkartons verladen werden. Heute sind Containerschiffe, LKWs und Güterzüge für dieselben Container ausgerüstet. Das spart Platz, Zeit und Geld. Der Containertransport wurde zudem erst durch ein computergesteuertes Logistik-System möglich.

1%: Lohn für die Textilarbeiter*innen

Große Modeketten, wie H&M, C&A oder KiK, oder auch Sportausrüster wie Adidas lassen dort produzieren, wo die Löhne am niedrigsten sind. Dadurch steigt ihr Gewinn. Für die Verbraucher*innen wird das T-Shirt oder die Jeans im Laden noch günstiger. Verlierer dieser Preispolitik sind die Näher*innen in den Niedriglohnländern. Ihnen wird ein so geringer Lohn gezahlt, dass sie davon nicht leben können. Bei einer Jeans, die 50 € kostet, verdienen die Näher*innen gerade einmal 0,5 Cent. Auch wenn sich viele Firmen auf die Zahlung des Mindestlohns berufen, reicht dieser oft nicht zur

Existenzsicherung aus. Für die Zahlung von Existenzlöhnen kämpft deshalb die Kampagne für Saubere Kleidung.

Quellen: Rolle, M. (2007): Weltreise einer Jeans; <https://bit.ly/1NbJzqA>; Atlas der Globalisierung/ Le Monde Diplomatie (2011)

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Die Verteilung des Endpreises spiegelt ein fest etabliertes Muster wieder: Zählt man Einzelhandel und Markenfirma zusammen, verbleiben ca. 75% des Endpreises – und somit auch des Gewinns – im Globalen Norden. Wichtig ist es darauf hinzuweisen, dass mit der Abschaffung des Multifaserabkommens (2005) die deutsche und europäische Textilproduktion nicht mehr geschützt war und im Westen wie im Osten Deutschlands mehr oder weniger zusammenbrach. Somit ist die Textilindustrie einer der ersten Produktionszweige, der seit jeher nach den Kräften und Mechanismen der Globalisierung funktionierte: Produziert wird seitdem dort, wo es am billigsten ist. Nur durch die niedrigen Transportkosten ist eine globale Textilproduktion überhaupt erst möglich. Die Entwicklung der Containerschifffahrt und Containerspedition hat einen schnelleren und günstigeren Transport begünstigt, die Informations- und Kommunikationstechnologie hat die logistischen Voraussetzungen dafür geschaffen. Dass der Hauptanteil des Verdienstes an einem Kleidungsstück beim Einzelhandel (und nicht wie die Teilnehmenden oft denken, bei den Markenfirma) hängen bleibt, macht deutlich, welche Macht der Handel hat. An ihm wäre es, unternehmerische Verantwortung im Hinblick auf die Einhaltung sozialer Standards entlang der gesamten Textilkette (von der Faser bis zum fertigen Kleidungsstück) zu beweisen. Dafür setzen sich in Deutschland, Österreich und der Schweiz die Kampagne für Saubere Kleidung und international die Clean Clothes Campaign ein.



WIR KÖNNEN AUCH ANDERS!

WORKSHOP-PHASE

Aktivierung

INHALT

Wege zu einem bewussten Kleiderkonsum
und aktivem Engagement finden

ZIEL

Teilnehmende tauschen sich noch einmal
über die jeweiligen Themen aus und
machen sich dann Gedanken darüber,
welche Handlungsoptionen sie
bezüglich eines bewussten Konsums
und aktiven Engagements haben

DAUER

Ca. 45 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

Stifte zum Schreiben und Malen,
Papierbögen, Flipchart bzw. Pinnwand,
Moderationskarten und für jede der
vier Gruppen die jeweiligen Fragen

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Weitere Informationen zum Thema:

- <https://www.fashionrevolution.org/europe/germany/>
- <https://femnet-ev.de/> und <https://saubere-kleidung.de/>

ABLAUF

Diese Methode sollte gegen Ende eines Workshops eingesetzt werden, wenn die Teilnehmenden bereits Kenntnisse über die globale Baumwoll- und Textilproduktion und deren soziale und ökologische Folgen haben und zuvor auch über ihren eigenen Kleiderkonsum nachgedacht haben. Dazu werden die Teilnehmenden in vier Kleingruppen aufgeteilt, die alle unterschiedliche Aufträge erhalten:

- Überlegt in der Gruppe, was ihr tun könnt, statt Klamotten neu zu kaufen. Kennt ihr Alternativen? Habt ihr welche ausprobiert?
- Überlegt in der Gruppe, was ihr mit Altkleidern noch machen könntet, statt sie in den Container zu werfen.
- Überlegt in der Gruppe, wer für diese Umweltzerstörung verantwortlich ist und wie man daran etwas ändern könnte: Welche Argumente, welche Aktionen könnten überzeugen?
- Überlegt in der Gruppe, wer für diese Arbeitsbedingungen verantwortlich ist und wie man daran etwas ändern könnte. Welche Argumente, welche Aktionen könnten überzeugen?

Die Gruppen können sich zudem noch einen Spruch/Slogan oder eine „Kampagne“ ausdenken, um andere zu einem bewussten Konsum aufzufordern. Jede Kleingruppe bereitet einen Aktionsplan vor, der sechs W-Fragen klärt: Wer macht was, warum, wann, wo und wie? Nach der Präsentation jeder Gruppe kann sich gut eine Diskussion darüber anschließen, ob die vorgestellten Handlungsoptionen für sie selber auch in Frage kämen, was sie ggf. daran hindert und ob sie schon Erfahrungen damit gemacht haben. Beispielsweise weigern sich viele Jugendliche und junge Erwachsene aus hygienischen Gründen, Second-Hand-Klamotten zu tragen, andere wiederum tauschen ihre Kleider ohne Probleme in Online-Börsen ...



DIE KUNDSCHAFT MACHT DRUCK BEI FASHION



Die Kundschaft macht Druck bei Fashion:

Die Fashion Revolution hat sich nach dem Fabrikeinsturz „Rana Plaza“ 2013 in Bangladesch gebildet und ist eine globale Bewegung, die es sich zum Ziel gesetzt hat, die Fashion-Industrie zu ändern. Sie bringt Menschen entlang der Wertschöpfungskette, vom Konsumenten bis hin zum Produzenten, zusammen: „Fashion-Lovers“, Designer*innen, Influencer*innen, Schriftsteller*innen, Geschäftsführer*innen, Akademiker*innen, Verkäufer*innen, politische Entscheidungsträger*innen, Produzent*innen, Hersteller*innen, Arbeiter*innen und insbesondere die Zivilgesellschaft.

Die Besonderheit liegt also darin begründet, dass jede*r mitmachen kann! Fashion Revolution verbindet nicht nur, sondern zeigt verschiedene Beteiligungsformen auf, wie zum Beispiel die Herstellungsbedingungen bei den Unternehmen zu erfragen, eine Postkarte an politische Entscheidungsträger*innen zu schicken, die Produktionsbedingungen der eigenen Kleidungsstücke zu untersuchen, Kleidung länger im Nutzungszyklus zu halten, beispielsweise durch Secondhand oder Reparaturen. Dabei ist die Frage „Who made my clothes?“ zentral für diese Bewegung!

Unter den folgenden Seiten finden sich noch weitreichende Materialien und Informationen:
www.fashionrevolution.org und www.femnet-ev.de

DUSCHGEL, SCHOKO-CREME, REGENWALD?



WISSENSVERMITTLUNG

87-88

PLANET.E – PALMÖL

89

Materialkoffer „Stationenlernen zur Ölpalme“



WISSENSVERMITTLUNG UND REFLEXION

90-92

PALMÖL-BINGO



AKTIVIERUNG

93-94

DIE KUNDSCHAFT MACHT DRUCK BEI PALMÖL

95-96

PRODUKTE SELBER MACHEN: DAS ‚DIY‘-KOSMETIKSTUDIO

Diese Methoden stellen unsere Kosmetik- und Körperpflegeprodukte auf den globalen Prüfstand. Sie untersuchen die Frage, warum auch diese Produkte globale Auswirkungen auf Mensch und Natur haben und klärt über die Verwendung von Palmfett in unterschiedlichen Produkten auf.



PLANET.E – PALMÖL

WORKSHOP-PHASE

Wissensvermittlung

INHALT

Versteckte soziale und ökologische Kosten bei Lebensmitteln, Pflegeprodukten, Haushaltswaren und Biosprit, die Fette der Ölpalme enthalten

ZIEL

Die Teilnehmenden erfahren durch diese Dokumentation mehr über die Hintergründe des Palmölanbaus, die Vor- und Nachteile von Palmfetten bzw. Palmöl-Derivaten und über Produkte, die diese Fette enthalten

DAUER

Ca. 50 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

- DVD (in der Methodenbox enthalten) oder auf Youtube
- ggf. Infokarten, Personenkarten, Faktenkarten (in der Methodenbox) alternativ Schmierpapier oder Moderationskarten

TECHNIK UND RAUM

- Beamer/Laptop/Lautsprecher oder DVD-Player und TV-Gerät
 - Pinnwand und Pins

ABLAUF

Bevor die Teilnehmenden die Dokumentation gemeinsam ansehen, erklärt die Seminarleitung, wie zentrale Informationen durch die Teilnehmenden gesammelt und zusammengefasst werden. Hierzu gibt es mehrere Möglichkeiten:

- Die Seminarleitung bittet die Teilnehmenden, eigenständig Vor- und Nachteile des Palmölanbaus und dessen industrieller Verarbeitung zu erfassen und im Anschluss an die Dokumentation gemeinsam zu sammeln und zu visualisieren, z. B. mithilfe von Moderationskarten in unterschiedlichen Farben und einer Pinnwand. Die einzelnen Farben stehen jeweils für negative, positive und neutrale Aspekte. Die vorbereiteten Infokarten können in diesem Fall als Ergänzung genutzt werden.
- Die Seminarleitung teilt die roten und grünen Infokarten an die Teilnehmenden aus, damit diese während der Dokumentation auf einen bestimmten Aspekt besonders achten und im Anschluss als „Expert*innen“ Auskunft geben können.

- Die Seminarleitung nutzt zudem die Personenkarten, auf denen jede Person, die im Film zu Wort kommt, dargestellt ist. Einige Fragen helfen dabei, zentrale Inhalte in den Aussagen der Personen zu erkennen. Die Teilnehmenden können auch in Kleingruppen eine Personenkarte ziehen und gemeinsam notieren, was die Person berichtet. Die Antworten können auf einem (halben) Flipchart, auf Moderationskarten oder selbst angefertigten Bögen aus Schmierpapier notiert und anschließend an der Pinnwand gesammelt werden.
- Die Seminarleitung bittet einige Teilnehmende, zentrale Fakten, die in der Dokumentation angesprochen werden, zu sammeln (Daten, Zahlen etc.). Unterstützend oder als Ergänzung können die Faktenkarten ausgeteilt oder nach der Präsentation ergänzend genutzt werden.

In jedem Fall sollte als Grundlage für die gemeinsame Auswertung eine gut sichtbare Tabelle z. B. auf einer Pinnwand entstehen, die zentrale Inhalte der Dokumentation zusammenfasst:

MENSCH UND INDUSTRIE

TIER UND NATUR

NACHTEILE

- Palmölanbau und -produktion tragen durch den Ausstoß von klimaschädlichen Treibhausgasen zum Klimawandel bei.
- Damit Flächen landwirtschaftlich genutzt werden können, werden ansässige Menschen oft vertrieben und nicht entschädigt.
- Arbeiter*innen nutzen Chemikalien, die sie häufig ohne Arbeitsschutzkleidung ausbringen und somit ihrer Gesundheit schaden.

- Der intensive Palmölanbau hinterlässt nach ca. 20 Jahren ausgelaugte Böden.
- Chemikalien gelangen auch in das Grundwasser und somit in den Nahrungskreislauf.
- Brandgerodete Waldflächen und entwässerte Torfböden tragen zum Artensterben bei und setzen CO₂ frei, anstatt es weiterhin zu speichern.

VORTEILE

- Palmöl ist das ergiebigste und günstigste Pflanzenfett der Welt. Die Ölpalme hat einen effizienteren Ertrag als andere Ölpflanzen.
- Palmfette eignen sich aufgrund ihrer Eigenschaften perfekt für die industrielle Nahrungsmittelproduktion.
- Palmölanbau ist für Investor*innen sehr attraktiv, da mit einer sehr hohen Gewinnspanne gerechnet werden kann.

- Ölpalmen sind sehr ertragreich und benötigen daher weniger landwirtschaftliche Fläche als andere Ölsaaten.

FAZIT

Menschen mit hoher Kaufkraft profitieren von vielfältigen und günstigen Produkten. Arme Menschen in den Anbaugebieten, künftige Generationen sowie Natur und Tiere erleiden überwiegend Nachteile.



MATERIALKOFFER „STATIONENLERNEN ZUR ÖLPALME“



Wir alle haben täglich mit der aus Westafrika heimischen Ölpalme Berührung. Doch kaum einer kennt sie!

Die Power-Palme „versteckt“ sich Schätzungen zufolge in jedem zweiten bis vierten Produkt (wie Schokoladenbrotaufstrich, Margarine, Seife, Kosmetik, Kerzen oder Waschmittel). Ihr Öl macht sich aktuell als Energielieferant für Biodiesel einen großen Namen und verspricht schnelles Geld. Der zunehmende Anbau der Ölpalme in den Tropen hat globale Auswirkungen sowohl ökologisch, sozial und ökonomisch. Mit ihrem Anbau sind teilweise Regenwaldabholzung, Zerstörung von Lebensraum und Bedrohung von Lebewesen, Klimaveränderungen, Vertreibung von Kleinbauern, Vergiftung von Trinkwasser, Zunahme von Hunger und weitere Probleme verbunden.

Eine kritische Auseinandersetzung mit den globalen Auswirkungen des Palmöl-Booms zeigt die persönlichen Berührungspunkte eines jeden einzelnen Menschen auf. Die Einflussmöglichkeiten und alternativen Handlungsmöglichkeiten im Sinne der Nachhaltigkeit werden aufgezeigt. Der Materialkoffer „Stationenlernen zur Ölpalme“ enthält zahlreiche Infokarten, Grafiken, Kopiervorlagen für Arbeitsblätter und Spielideen. Teilnehmende erarbeiten an Lernstationen die Licht- und Schattenseiten der Ölpalme anhand der Themenbereiche Pflanze & Rohstoff, Geschichte, Produktionskette, Abholzung, Arbeitsbedingungen, Handel und Ernährung.

Der Methodenkoffer ist bei AWO International oder bei der Botanikschule des Botanischen Gartens Berlins erhältlich:
<https://bit.ly/2DK91Hi>



PALMÖL-BINGO

WORKSHOP-PHASE

Wissensvermittlung und Reflexion

INHALT

Welche Inhaltsstoffe stecken in unseren Produkten?
Diese werden mithilfe einer Verbraucher*innenschutz-App entdeckt.

ZIEL

Die Teilnehmenden nehmen aktiv ihre persönlichen Produkte unter die Lupe:
Sie erkennen, ob darin Palmfette enthalten sind und reflektieren,
ob sie diese Produkte wirklich benötigen oder ggf. gegen
eine Alternative ersetzen können. Sie lernen eine nützliche App kennen,
die sie auch im Alltag nutzen können

DAUER

Ca. 60 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

- In Absprache mit dem Seminarhaus können auch die Produkte genutzt werden, die zur Verpflegung verwendet werden.
- Momentan genutzte Pflege- und Kosmetikprodukte der Teilnehmenden
 - Klebepunkte

HINWEIS

Vor allem für mehrtägige Seminare geeignet, da die Teilnehmenden ihre persönlichen Kosmetik- und Körperpflegeprodukte sowie einige Snacks eingepackt haben. Alternativ muss die Seminarleitung die Teilnehmenden vor dem Seminar informieren, ihre Produkte einzupacken. In Absprache mit dem Seminarhaus können auch die Produkte genutzt werden, die zur Verpflegung verwendet werden.

TECHNIK UND RAUM

Gruppentische für die Kleingruppen

ABLAUF

Die Teilnehmenden bilden Kleingruppen aus ca. 5 Personen und sammeln auf ihrem Gruppentisch alle mitgebrachten Produkte. Dann laden sich die Teilnehmenden die kostenlose App „CodeCheck“ auf die Handys herunter. Ggf. macht die Seminarleitung darauf aufmerksam, dass Handys während der Aktivität auch „geteilt“ werden können, da evtl. nicht alle Teilnehmenden ein Smartphone besitzen. Die Teilnehmenden scannen mithilfe der App die Barcodes ihrer Produkte. Die Scan-Funktion gibt an, ob Palmfette sicher oder eventuell vorhanden sind und ob gewisse Inhaltsstoffe nicht empfehlenswert sind. Die Teilnehmenden können die einzelnen Inhaltsstoffe auch antippen und erhalten dann weitere Informationen. Sie markieren ihre Produkte mit farbigen Klebepunkten:

- Rot steht für „sicher Palmfette enthalten“
- Gelb steht für „kann Palmfette enthalten“
- Blau steht für sonstige „nicht empfohlene“ Inhaltsstoffe

Zur Auswertung bittet die Seminarleitung die Teilnehmenden zunächst, ihre Produkte zu zählen und bereitet z. B. auf einem Flipchart eine Tabelle vor:

- Wie viele Produkte sind insgesamt auf dem Tisch?
- Wie viele davon haben einen roten, gelben oder blauen Klebepunkt? (Wenn Produkte einen roten und gelben bzw. blauen Aufkleber haben, gelten diese als rot. Bei einem gelben und blauen Aufkleber gelten sie als gelb).

Die Seminarleitung notiert die Ergebnisse in der ersten Zeile der Tabelle. Dann fragt die Seminarleitung die Teilnehmenden, auf welche der Produkte sie eigentlich komplett verzichten könnten. Die Teilnehmenden gruppieren und zählen diese Produkte, die Seminarleitung trägt das Ergebnis in die zweite Zeile ein. Dann folgt die Frage, welche Produkte gegen eine palmfettfreie Alternative eingetauscht werden könnten. Die Teilnehmenden gruppieren und zählen diese Produkte erneut, die Seminarleitung trägt das Ergebnis in die dritte Zeile ein. Folglich bleiben die Produkte übrig, die weiterhin benutzt werden. Diese werden auch gruppiert, gezählt und in die vierte Zeile der Tabelle eingetragen. Nun bildet die Seminarleitung die Summe der Produkte, auf die verzichtet oder gegen eine Alternative eingetauscht werden könnten und setzt diese ins Verhältnis zur Gesamtzahl der Produkte, um zu errechnen, um wie viel% der Palmfettverbrauch der Gruppe in diesen Produktgruppen reduziert werden könnte.

Beispiel: Insgesamt gibt es 43 Produkte mit sicheren oder evtl. Palmfett-Inhaltsstoffen. Auf insgesamt 34 Produkte kann verzichtet werden oder sie könnten gegen eine Alternative eingetauscht werden. Das bedeutet, dass die Gruppe ihren Palmölverbrauch in dieser Produktgruppe um 79% reduzieren könnte ($43=100$, also im Dreisatz $x(\text{Anteil}) = 100 \times 34 : 43 = 79$).

	ROTE AUFKLEBER	GELBE AUFKLEBER	SUMME (ROT + GELB)	OHNE AUFKLEBER ODER NUR BLAU
Anzahl insgesamt	19	24	43	8
Produkte, auf die wir komplett verzichten können	11	10		2
			34 = 79%	
Produkte, die wir gegen eine Alternative eintauschen	5	8		0
Produkte, die wir weiterhin benutzen	3	6	9	6

Dieses Ergebnis dient als Grundlage für die Auswertungsrunde. Folgende Leitfragen helfen dabei, zentrale Aspekte herauszuarbeiten:

- Was wäre, wenn alle Menschen, die ähnliche Produkte konsumieren, zu einem ähnlichen Ergebnis kommen?
- Was würde dies für den Anbau von Ölpalmen bedeuten?
- Was bedeutet dies für globale Handelsbeziehungen?
- Können wir nachhaltiges Palmöl fördern, wenn wir auf entsprechende Produkte umsteigen?

Hierzu finden Sie einige Aspekte im Punkt „Hinweise für die Moderation“. Die Seminarleitung fasst das Ergebnis kurz zusammen. Die Teilnehmenden reflektieren, wie sie sich für einen geringeren Palmfettverbrauch persönlich oder im näheren Umfeld einsetzen können.

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Der hier diskutierte Sachverhalt ist ein gutes Beispiel dafür, dass für komplexe Probleme keine einfachen Lösungen gefunden werden können. Komplexität und Ambivalenz globaler Beziehungen werden hier besonders deutlich:

- Angenommen, alle Menschen in Deutschland würden ihre Konsumgüter auf Palmfette überprüfen, auf Produkte verzichten oder diese gegen Alternativen eintauschen, würde der Bedarf an Palmöl hier bedeutend sinken, global gesehen aber wenig verändern. Um global etwas zu verändern, müssen alle Konsument*innen weltweit ihren Konsum hinterfragen, ethische Standards in der Wertschöpfungskette gesetzlich verankert und Umweltschutzgesetze erlassen und kontrolliert werden. Dies ist aber kein Grund, zu resignieren und nicht bei sich selbst oder im engeren Umfeld mit positiven Veränderungen zu beginnen.
- Der Anbau von Ölpalmen würde erst bei einer stetig sinkenden, globalen Nachfrage nach Palmfetten zurückgehen. Eine potentiell sinkende Nachfrage würde aber vermutlich durch Bevölkerungswachstum und eine Vergrößerung der konsumierenden Klasse ausgeglichen. Zumindest ist es denkbar, dass der Anbau stagniert bzw. sich auf einem hohen Level ‚einpendelt‘, weshalb der Bedarf nach neuen Anbauflächen sinkt. Die momentan genutzten Flächen wären in 10–20 Jahren jedoch abgewirtschaftet und müssten teuer aufgeforstet werden, um neue geschaffene Anbauflächen zu kompensieren.
- Bei einer sinkenden oder stagnierenden Nachfrage nach Produkten in Palmfetten würde der Bereich Palmölanbau für Großinvestitionen weniger interessant werden. Es würden auch weniger Betriebsmittel (Landmaschinen), Chemikalien und Transportmittel benötigt. Wenn weltweit also weniger Palmfett gehandelt werden würde, würden einige Arbeitsplätze wegfallen – die allerdings von gut Ausgebildeten besetzt werden, die wahrscheinlich eine Alternative finden. Für die beschäftigten Landarbeiter*innen müssten nachhaltige Arbeitsmöglichkeiten geschaffen werden, da alle Menschen weltweit das Recht auf menschenwürdige Arbeit und ein Einkommen haben. Wenn der Handel stagniert, entstehen in diesem Feld kaum neue Arbeitsplätze für kommende Generationen.
- Wenn wir Alternativen nutzen, die Palmfette oder Derivate aus nachhaltig angebautem und fair gehandeltem Palmfett enthalten, können wir einen kleinen Teil zu einem gerechteren Welthandel beitragen, der lokale Produzent*innen und gesellschaftliche Strukturen stärkt.



DIE KUNDSCHAFT MACHT DRUCK BEI PALMÖL

WORKSHOP-PHASE

Aktivierung

INHALT

Diese Methode macht bewusst, dass Konsument*innen nicht allein durch Konsumverzicht oder Kauf von Alternativen Einfluss nehmen, sondern sich auch direkt an die Herstellungsunternehmen wenden können.

ZIEL

Die Teilnehmenden nehmen ihren Einfluss als Kund*innen wahr und nutzen Feedback-Systeme von Konzernen und Einzelhandelsunternehmen. Sie erfahren, dass auch zivilgesellschaftliche Akteur*innen das Handelssystem beeinflussen können.

DAUER

Ca. 60 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

- Liste mit Konzernlogos (in der Methodenbox oder zum Download auf unserer Webseite)
- Kosmetik- und Körperpflegeprodukte und evtl. Nahrungsmittel (Snacks/Süßigkeiten etc.)
 - Papier, Stifte, Smartphones und/oder Kameras
 - frankierte Umschläge, eventuell die App Codecheck

TECHNIK UND RAUM

Internet, Kamera, Smartphones, Unterlage zum Schreiben

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

- Die Methodik basiert anteilig auf dem Angebot des Aktionsbündnisses „Regenwald statt Palmöl“: www.regenwald-statt-palmoel.de
- Weitere Informationen gibt es bei Rettet den Regenwald e. V. unter www.regenwald.org
 - Eine Liste der Namen für Palmöl befindet sich hier: <https://bit.ly/2kDq8k8>

ABLAUF

Im Anschluss an die Methode Palmöl-„Bingo“ füllen die Teilnehmenden in ihren Tischgruppen die Konzern-Strichliste aus: für jedes Produkt machen sie einen Strich im Feld des jeweiligen Konzerns. Danach werden die Ergebnisse aller Gruppen zusammengerechnet und auf einem Flipchart sichtbar gemacht. Dann können die Anteile der einzelnen Konzerne an den vorhandenen Produkten im Raum ermittelt werden.

Option 1

Die Teilnehmende fotografieren alle Produkte, die nachweislich Palmöl und Palmöl-Derivate enthalten, und laden diese, wenn noch nicht vorhanden, bei der App Codecheck hoch, um die Datenbank weiter anzureichern. Falls das Produkt schon erfasst ist, können die Teilnehmenden weitere Informationen darüber einholen.

Option 2

Die Teilnehmenden fotografieren alle Produkte, die nachweislich Palmöl und Palmöl-Derivate enthalten, und laden diese in Social-Media-Kanälen hoch, markieren die Unternehmen und fragen: „Arbeiten Sie bereits an Alternativen zu Palmöl, um ökologische Verwüstungen, fatale Konsequenzen für Tiere und Menschenrechtsverletzungen zu beenden?“ Auf diese Weise eröffnen die Teilnehmenden den Diskurs und machen andere darauf aufmerksam.

Option 3

Die Teilnehmenden erhalten einzeln oder in Kleingruppen die Vorlage „Anschreiben informell Hersteller“ von der Aktionsseite des Bündnisses „Regenwald statt Palmöl“ (Link: <https://bit.ly/2JcMyso>). Sie versenden die Schreiben individuell, entweder an alle Konzerne, oder jede*r Teilnehmende verschickt einen Brief an denjenigen Konzern, von dem er*sie die meisten Produkte erworben hat. Die „Konzern-Adressliste“ hilft bei der Versendung. Alternativ können die Teilnehmenden, einzeln oder gemeinsam, auch persönliche E-Mails an die entsprechenden Kundenzentren versenden.

HINWEISE FÜR DIE MODERATION

Seit den vergangenen Jahrzehnten findet eine globale Marktkonsolidierung statt. Große Konzerne kaufen in unterschiedlichen Branchen kleinere Unternehmen auf und betreiben die meist sehr bekannte Marke weiter. So gehört L'Oréal beispielsweise anteilig zu Nestlé; Alpro Soya zu Danone etc. In den Produktbeschreibungen finden sich die Hinweise auf die Konzernzugehörigkeit meist im Kleingedruckten oder ein kleines Logo macht diese kenntlich. Diese Methode ist deshalb wichtig, weil Sensibilisierung der erste Schritt ist, der allerdings nicht ausreicht, um unsere Produktions- und Konsummuster nachhaltig zu ändern. Das Verhalten Einzelner ändert grundlegende Prinzipien des aktuellen Wirtschaftssystems (Profit, Wettbewerb, Wachstum) nicht: Auch Bio- oder Fairtrade-Firmen richten ihr Wirtschaften an diesen drei Prinzipien aus. Die alleinige Schuld bei „den Konzernen“ oder „den Banken“ zu sehen, vernachlässigt aber auch die Verantwortung, die alle in der Gesellschaft tragen. Neue Regeln auf politischer Ebene müssen die Grundsätze für ein nachhaltiges und zukunftsfähiges Miteinander bestimmen. Darauf zu hoffen, dass „die Politik“ Regeln und Gesetze einführt, die ein umweltschädigendes und menschenunwürdiges Verhalten bestrafen, reicht jedoch nicht aus: Ohne gesellschaftlichen Druck wird sich nichts – oder nicht schnell genug – bewegen. Alles greift also ineinander und befördert bzw. behindert sich gegenseitig. (Aus: Auf Kosten anderer? Wie die imperiale Lebensweise ein gutes Leben für alle verhindert, I.L.A. Kollektiv/oekom, 2017)

Risiken und Nebenwirkungen

Die Teilnehmenden könnten das Gefühl bekommen, gar keine Produkte mehr nutzen zu können. Daher ist es wichtig, abschließend noch einige Alternativen zu nennen, wie zum Beispiel Do-it-yourself-Ideen (DIY) mitzugeben. Diese sind meist günstiger als Fertigprodukte. Im Lebensmittelbereich kann noch einmal darauf verwiesen werden, dass selbst zubereitete Speisen palmölfrei, gesünder und günstiger sind.



PRODUKTE SELBER MACHEN: DAS ‚DIY‘-KOSMETIKSTUDIO

WORKSHOP-PHASE

Aktivierung

INHALT

Wir verlassen uns oft auf den stetigen Nachschub an neuen und vermeintlich innovativen Produkten. Einige können wir auch unkompliziert selbst herstellen

ZIEL

Die Teilnehmenden stellen selbst Alternativen zu industriell gefertigten Produkten her und erlernen dabei, welche Bestandteile von Kosmetik- und Körperpflegeprodukten überhaupt notwendig sind.

DAUER

Ca. 30-90 Minuten

ZIELGRUPPE

Für Jugendliche und Erwachsene geeignet

MATERIAL

Zutaten zu den einzelnen Produkten, Geschirr (siehe Rezeptsammlung), Zugang zu einer Küche, Verpackungsmaterial z. B. saubere, wiederverwendete Schraubgläser)

TECHNIK UND RAUM

Zugang zu einer Küche ist hilfreich

ABLAUF

Die Seminarleitung bildet Gruppen nach Angeboten: Die Teilnehmenden entscheiden sich, welches Produkt sie herstellen möchten und bereiten sich in der Kleingruppe gemeinsam vor. Sie gehen dabei wie in den Rezepten beschrieben vor.

Rezept 1: Palmölfreies Koffein-Peeling

(von Mira/Funny Pilgrim)

Eine schnelle Alternative zu Peeling, das oft Mikroplastik enthält, ist ganz einfach: Kalter Kaffeesatz. Für ein schnelles Peeling werden 5 Esslöffel (EL) Kaffeesatz mit 1 bis 2 EL Haferdrink verrührt, 1 TL Zucker dazugegeben und alles vermengt. Als leichtes Peeling aufs Gesicht auftragen, 20 Min einwirken lassen und mit Wasser abwaschen. Für Kaffee und Zucker möglichst Fairtrade-Produkte verwenden.

Zum Video: <http://bit.ly/2eFOUOP>

Rezept 2: Vegane und palmölfreie Maske

(von Jasmin Schneider)

Für eine erdige Maske werden 2 Teile Heilerde mit etwa 1 Teil (Mineral)-Wasser in einem nicht-metallischen Gefäße mit einem Holz- oder Plastiklöffel verrührt. Das Wasser wird häppchenweise hinzugegeben – nur so viel, bis eine angenehme Paste entsteht. Die Paste großzügig auf Gesicht und Dekolletee verteilen, Augen und Mundpartie aussparen, komplett trocknen lassen (10-20 Minuten) und sanft abwaschen.

Rezept 3: Vegane und palmölfreie Haarreinigung

(von Jasmin Schneider)

Benötigt werden

- 1 Bürste
- 2 TL (oder 1 EL) Lava- oder Heilerde
- 1 EL Wasser
- 1 EL Apfelessig
- Wasser
- Nichtmetallisches Gefäß zum Anrühren der Erdpaste
- Nichtmetallischer Löffel zum Abmessen
- Gefäß für die Spülung (ca. 1 Liter)

Vor der Haarreinigung werden die Haare ausgebürstet, um die Haare vorzureinigen und die Durchblutung anzuregen. Die Erde wird in das Mischgefäß gegeben, nach und nach ca. 1 EL Wasser untermischen, bis eine nicht zu flüssige Paste entsteht, die auf die Kopfhaut aufgetragen und gründlich einmassiert wird. Die Paste einige Minuten einwirken lassen und danach gründlich ausspülen. Um nach dem Waschen die Schuppenschicht des Haares wieder zu schließen, wird eine „Saure Rinse“ vorbereitet: Dazu werden 1 EL Apfelessig mit 1 L kaltem Wasser vermischt und die Haare damit ausgewaschen. Nicht ausspülen. Der Essiggeruch verfliegt im Normalfall recht schnell. Anstelle von Essig kann auch Zitronensaft verwendet werden.

Rezept 4: Plastik-, Aluminium- und palmölfreie Deocreme

(von Stella Mayer)

Deocreme selber machen, ist ziemlich einfach. Das Rezept für diese ist plastikfrei und sehr ergiebig. Dazu braucht man:

- 2 Teile Kokosfett aus fairem Handel
- 1 Teil Stärke
- 1 Teil Natron
- Bei Bedarf ätherisches Öl
- eine saubere Schüssel
- einen sauberen Löffel
- Behälter für die fertige Deocreme

Schüssel, Behälter und Löffel zunächst mit kochendem Wasser abspülen, damit sie keimfrei sind. Stärke und Natron werden gut vermischt. Das Kokosfett sanft auf dem Herd schmelzen und zu den trockenen Zutaten geben, gut umrühren. Wer eine duftende Creme bevorzugt, gibt ein paar Tropfen ätherisches Öl hinzu und rührt alles gut um. Das Ganze in einen Behälter füllen, nochmal gut umrühren und das Ganze im Kühlschrank hart werden lassen. Diese Deocreme ist kein Antitranspirant: man schwitzt, aber stinkt dabei nicht. Das ist möglicherweise ein Unterschied zu den Deos, die man im Kaufhaus bekommt und erst mal ungewohnt. Man sollte aber daran denken, dass Schwitzen für den Körper eine wichtige

Funktion hat, Poren zu verstopfen, ist meistens keine wirklich gute Idee.

Rezept 5: Palmölfreies Waschmittel

(von Laetitia Delorme)

Link zum Hintergrundartikel: <http://bit.ly/2dFuw1G>

Dieses selbstgemachte Waschmittel besteht aus Kern- und Gallseife (möglichst vegane Alternativen auf Pflanzenbasis oder eine palmölfreie Alternative nutzen – vegan UND palmölfrei ist schwer erhältlich), Waschsoda, Zitronensäure gegen Kalk sowie ätherische Öle für einen angenehmen Duft:

- 20g Kernseife
- 20g Gallseife
- 3 Liter Wasser
- 4 EL Waschsoda
- 4 EL Zitronensäure
- 5 Tropfen 100% ätherisches Öl.

Für veganes Waschmittel kann Gallseife weggelassen und durch die gleiche Menge veganer Kernseife oder das Produkt „Wie Gallseife“ von Frosch (oder andere) ersetzt werden.

- leere Waschmittel-Behälter (alternativ Glasflaschen)
- eine große Schüssel oder ein Eimer
- Schneebesen, Küchenraspel
- Wasserkocher

Schritt 1: Die Kern- und Gallseife mit einer Küchenraspel fein hobeln und mit dem Waschsoda in einer Schüssel gründlich vermischen. Anschließend einen Liter kochendes Wasser hinzugießen und die Masse kräftig rühren bis sich die Seife komplett aufgelöst hat.

Schritt 2: Die Seifenmischung etwa eine Stunde abkühlen lassen – dabei entsteht eine pudding-artige Masse. Diese kann nun mit einem zweiten Liter kochenden Wasser erneut verflüssigt werden. Hier ist es wichtig, kräftig zu rühren bis sich die Seife wieder komplett aufgelöst hat.

Schritt 3: Die flüssige Mischung ausgiebig abkühlen lassen, bis sie etwas gelartiger wird. Der dritte Liter kochendes Wasser, die Zitronensäure und ein paar Tropfen ätherisches Öl werden hinzugefügt und umgerührt.

Schritt 4: Das Waschmittel kurz stehen lassen, bis es etwas erkaltet ist und schließlich in die leeren Behälter umfüllen. Fertig ist das selbst gemachte Waschmittel inklusive Vorrat für die nächsten Monate. Kleiner Tipp: Vor jeder Nutzung lohnt es sich, die Mischung kurz zu schütteln. Je nach Temperatur des Raumes, in dem das Waschmittel gelagert wird, können sich kleine Klumpen formen. Diese einfach wegschütteln.

Impressum

Herausgeberin:

AWO International e. V.,
Blücherstr. 62/63, 10961 Berlin,
T 03025292771, mail@awointernational.de,
www.awointernational.de

Verantwortlich: Ingrid Lebherz

Redaktion: Roman Fleißner,

Tatjana Kreuzberg-Muchave, Pia Wolffram

Text: Annika Brümmer, Viola Dannenberger,
Christiane Eitel, Roman Fleißner,
Tatjana Kreuzberg-Muchave, Pia Wolffram

Lektorat: Skrivanek GmbH

Design: Marischka Lutz Grafikdesign

Druck: LASERLINE GmbH,
Gedruckt auf 100% Recyclingpapier

Auflage: 1000

Erschienen: September 2019



Gefördert durch Engagement Global im Auftrag des BMZ – Für den Inhalt dieser Publikation ist allein AWO International verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global gGmbH und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.



Diese Publikation wurde im Rahmen des Projekts "Make Europe Sustainable for All" von der Europäischen Union teilfinanziert. Die hier vertretenen Ansichten decken sich nicht unbedingt mit der Auffassung der Zuschussgeberin.





100
Echt AWO. Seit 1919.
Erfahrung für die Zukunft.

