

Arbeitsblatt: Unser Konsumverhalten

Aufgabe 1:

Im Folgenden findest du einen „Lückenalternativtext“. Fülle jede Lücke mit einem der zur Auswahl stehenden Begriffe.

Viele Konsumentinnen und Konsumenten vergleichen beim Einkauf ihrer Lebensmittel die **Preise**, manche entwickeln sich geradezu zu Schnäppchenjägern. Bei der Kaufentscheidung spielen **Herkunft** und **Qualität** häufig eine untergeordnete oder keine Rolle.

In der Lebensmittelbranche überschlagen sich Anbieter mit Sonderangeboten wie in kaum einem anderen Markt. Günstige Preise entstehen durch die **Nachfrage** nach günstigen Angeboten. Große Händler dominieren die Einkaufspreise und setzen diese bei landwirtschaftlichen Erzeugern durch. So landet der Preisdruck letztlich beim **Bauern**. Zugespitzt sagt nicht die Landwirtschaft, was der Liter Milch kostet, sondern die **Molkereien** sagen, was sie für die Milch bezahlen.

Jahr für Jahr schließen landwirtschaftliche Betriebe in ganz Deutschland und in den Alpenländern. Medien sprechen seit Jahren vom „**Bauernsterben**“. Anhaltend niedrige Preise für landwirtschaftliche Produkte stellen den Hauptgrund für das Sterben der **Bauernhöfe** dar. Kleine landwirtschaftliche Betriebe lohnen sich nicht mehr. Wer mithalten will, sucht sein Heil in Investitionen und **Expansion**.

Nur eine Minderheit der Verbraucherinnen und Verbraucher ist in ihrem Einkaufsverhalten bereit, höhere Preise für Nahrung zu bezahlen. Kriterien für die Kaufentscheidung wie Qualität der Nahrung, **das Schonen von Ressourcen**, Achtsamkeit beim Einsatz von Zusatzstoffen oder Tiermedikamenten, faire Preise für die Erzeugung und Schutz bei der Tierhaltung, den Transportwegen und der Schlachtung spielen nur in Nischenmärkten eine Rolle.

Nahrung gehört zu den menschlichen Grundbedürfnissen. Nahrung beeinflusst wesentlich unsere **Gesundheit** und unser Wohlergehen. Vielen Konsumentinnen und Konsumenten sind Ausgaben für Luxusartikel wie die neuesten Smartphones, Markenkleidung oder Unterhaltungselektronik und Freizeitvergnügen wichtiger als Ausgaben für Qualität und **Nachhaltigkeit** bei Nahrungsmitteln.

Arbeitsblatt: Folgen von Sonderangeboten

Im März veröffentlichte die Cancer Research UK, eine gemeinnützige Organisation für Krebsforschung, eine interessante Studie¹. Untersucht wurden 160 000 britische Haushalte. Dabei wurde festgestellt, dass bei Menschen, die besonders häufig bei Sonderangeboten zugreifen, das Risiko zu krankhaftem Übergewicht um 28 Prozent erhöht ist.

Aufgabe 1:

Besprecht in Partnerarbeit mögliche Gründe für diesen Zusammenhang und notiert sie in Stichworten.

- Gerade Lebensmittel mit einem hohen Gehalt an Fett, Zucker oder Salz sind im Supermarkt häufig im Angebot.
- Angebotskäufer entschieden sich für ein Fünftel mehr Lebensmittel ihres Monateinkaufs, die besonders viel Fett, Salz oder Zucker enthielten – zulasten gesünderer Optionen.
- Probanden, die vorrangig nach Sonderangeboten Ausschau hielten, kauften auch 30 Prozent weniger Obst und fast 25 Prozent weniger Gemüse. Dies entspricht rund vier Kilogramm weniger Obst und Gemüse pro Monat als bei Käufern, die eher dazu neigen, Sonderangebote zu meiden.
- Die Einkaufswagen der Schnäppchenjäger enthielten mehr Zucker und weniger Ballaststoffe als die der anderen Verbraucher.
- Bei Lebensmitteln gilt hierzulande häufig eine „Geiz ist geil“-Mentalität.
- Lebensmittel sind in Deutschland heute so billig wie nie zuvor, die Folge ist ein ungesunder Überkonsum.
- Darunter leiden vor allem die Kinder: In Deutschland sind nach Angaben des Robert Koch-Instituts rund 15 Prozent der Kinder und Teenager zwischen 3 und 17 Jahren zu dick. Fast sechs Prozent sind sogar fettleibig.

¹ <https://www.cancerresearchuk.org/about-us/cancer-news/press-release/2019-03-27-special-offers-fuel-obese-shoppers>

Lösungsvorschläge:

Was ist uns Nahrung wert?



Arbeitsblatt: Gruppenarbeit: Massenproduktion

In Kapitel drei des Films erfahrt ihr, wie Tier, Mensch und Natur für die Massenproduktion billiger Lebensmittel an ihre Grenzen getrieben werden.

Aufgabe:

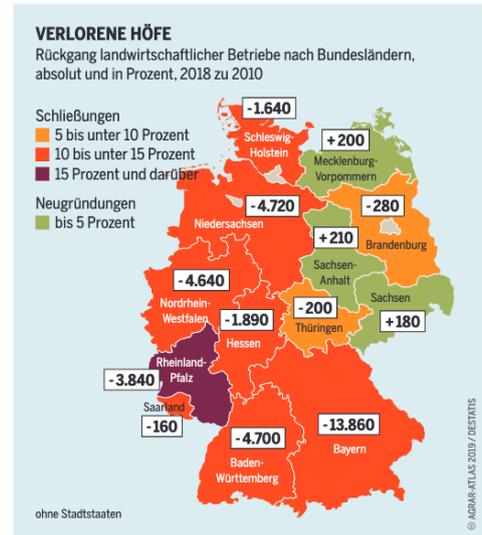
Bildet Kompetenzgruppen und bereitet Kurzreferate vor, in denen ihr eure Mitschüler als Experten über das folgende Thema aufklärt.

Individuelle Lösungen in vier Referaten.

Arbeitsblatt: Dein Beitrag

Im Film wurde das von der internationalen Kleinbauernorganisation „La Via Campesina“ entwickelte Konzept der Ernährungssouveränität angesprochen. Ziel ist es, das Menschenrecht auf Nahrung umzusetzen und die Rechte von Kleinproduzenten zu stärken. Nahrung soll regional vermarktet werden anstatt für den Export an Industrieländer, damit Hungernde Zugang zu Land, Wasser und Saatgut erhalten.

In Deutschland sind nur wenige von Hunger und Unterernährung betroffen, aber auch hier haben es Kleinbauern schwer. Die Preise für Lebensmittel werden von Großkonzernen diktiert. 70 Prozent der EU-Gelder werden pro Hektar ohne weitreichende Auflagen ausgegeben. Wer viel Land bewirtschaftet, bekommt viel Geld.² Es verwundert daher nicht, dass ein starker Rückgang an landwirtschaftlichen Betrieben in allen Bundesländern zu verzeichnen ist.³



Dies hat wiederum auch Auswirkungen auf das Klima. Der Kaffee kommt aus Äthiopien, die Tomate aus den Anden, der Mais aus den USA und der Weizen aus China. Wir erzeugen mit unserem Essen pro Kopf fast genauso viele klimarelevante Emissionen wie durch Mobilität.⁴

Aufgabe 1:

Recherchiere im Netz, welche Mittel dir zur Verfügung stehen, um mit deiner Ernährung einen Beitrag zu Umwelt- und Klimaschutz zu leisten.

Bei Bedarf kann dieser Link zur Verfügung gestellt werden:

<https://www.bmu.de/themen/wirtschaft-produkte-ressourcen-tourismus/produkte-und-konsum/produktbereiche/konsum-und-ernaehrung/>

Vorschläge:

- weniger Fleisch und Milchprodukte
- Lebensmittel: ökologisch, saisonal und regional
- auf Kennzeichnungen achten
- Lebensmittelabfälle vermeiden
- für den Einkauf das Auto stehen lassen
- „KlimaTeller-Projekt“

² https://www.boell.de/sites/default/files/agraratlas2019_web.pdf (S.8)

³ https://www.boell.de/sites/default/files/agraratlas2019_web.pdf (S.20)

⁴ <https://www.bmu.de/themen/wirtschaft-produkte-ressourcen-tourismus/produkte-und-konsum/produktbereiche/konsum-und-ernaehrung/>

Arbeitsblatt: Nachhaltig und fair

Nachhaltig einzukaufen ist inzwischen gar nicht mehr so schwer, denn anhand einer Vielzahl von Siegeln kann man schnell erkennen, ob ein Produkt nachhaltig und fair produziert wurde. Ein wenig muss man aber doch aufpassen, denn nicht jedes Siegel steht wirklich für nachhaltigen Konsum. Viele Produzenten erfinden eigene Siegel, die nur den Anschein von Nachhaltigkeit oder Gesundheit erwecken sollen. Damit du einen Anhaltspunkt hast, sind im Folgenden die wichtigsten Siegel aufgeführt. Aber Vorsicht: Beispielsweise bei Lebensmitteln ist nachhaltige Produktion nicht gleichbedeutend mit einem Gesundheitsversprechen. Auch Biokekse enthalten meist sehr viel Zucker.

Aufgabe 1:

Recherchiere auf der folgenden Seite die Namen der unten aufgeführten Siegel und lies die jeweilige Kurzbeschreibung:

- <https://www.siegelklarheit.de/produktgruppen/lebensmittel/>
- <https://www.nachhaltiger-warenkorb.de/siegel/>



BDIH Kontrollierte Naturkosmetik



Bio Hotels



Bio Siegel



Biokreis

Lösungsvorschläge:

Was ist uns Nahrung wert?



Bioland



Biopark Ökologischer Landbau



GGN – zertifizierte Aquakultur



Demeter



eco-Institut



EU-Energielabel



Energy Star



EU Bio-Siegel



Europäisches Umweltzeichen

Lösungsvorschläge:

Was ist uns Nahrung wert?



Fairtrade



Fair Wear Foundation



FSC-Siegel Forest Stewardship Council



Gäa e. V. Ökologischer Landbau



GoodWeave



GOTS Global Organic Textile Standard



Grüner Strom – Das Ökostromlabel der Umweltverbände



GUT: Gemeinschaft umweltfreundlicher Teppichboden



Holz von Hier

Lösungsvorschläge:

Was ist uns Nahrung wert?



IVN zertifiziert Naturtextil



Der blaue Engel – Das Umweltzeichen



Marine Stewardship Council (MSC)



NATRUE



natureplus



Naturland



ÖkoControl



Ökoqualität garantiert



OK Power Siegel – Das Zeichen grüner Energie

Lösungsvorschläge:

Was ist uns Nahrung wert?



PEFC-Siegel Programme for the Endorsement of Forest Certification



Rainforest Alliance



EPEAT - Mobile Phones



TCO-Label



Textiles Vertrauen – Schadstoffgeprüfte Textilien



TourCert – Travel for tomorrow



UTZ – Besserer Anbau Bessere Zukunft



Viabono – Auszeichnung umwelt- und klimafreundlich Reisen