

Zeit: 90 Minuten  
Zielgruppe: 9.–12. Jahrgang

<p><b>Abkürzungen</b>          EA = Einzelarbeit          GA = Gruppenarbeit          UG = Unterrichtsgespräch          LK = Lehrkraft          SuS = Schüler*innen</p>
---

Thema	Folien-Nr.	Inhalt – Methodik – Didaktik	Zeit
Begrüßung, Wiederholung und Einstieg	1–2	<p>LK: In der letzten Einheit haben wir uns u.a. mit der Geschichte unserer Konsumgüter auseinandergesetzt und globale Bezüge zum Thema „Konsum“ und „Produktion“ hergestellt.</p> <p>Heute wollen wir noch einmal einen kritischen Blick auf die Themen „Nachhaltige Produktion“ und „Nachhaltiger Konsum“ werfen.</p>	5‘
<b>Lernziel</b>		<b>Entwickeln von Interesse</b>	
Ist Grün auch gleich Grün?	3–5	<p>Als Einstieg können einige Werbeplakate zum Thema „Greenwashing“ gezeigt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.fashionconscious.co/fashion-conscious-blog/2016/2/22/how-conscious-is-hm">https://www.fashionconscious.co/fashion-conscious-blog/2016/2/22/how-conscious-is-hm</a></li> <li>• <a href="http://www.riverside.at/ca-aktion-marz2015">http://www.riverside.at/ca-aktion-marz2015</a></li> <li>• <a href="http://thegreenwashingblog.com/2009/03/27/greenwashing-nestle-plastic-water-bottle/">http://thegreenwashingblog.com/2009/03/27/greenwashing-nestle-plastic-water-bottle/</a></li> </ul> <p>UG:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was seht ihr auf den Plakaten?</li> <li>• Was haltet ihr davon?</li> <li>• Kennt ihr ähnliche Beispiele?</li> </ul> <p>Definition: „Greenwashing betreibt, wer zu Unrecht nachhaltiges Engagement für sich in Anspruch nimmt. Der international etablierte Begriff bezieht sich vor allem auf Unternehmen, die sich mit ökologischen oder auch sozialen Leistungen</p>	15‘

		<p>brüsten, die entweder nicht vorhanden sind oder die minimal sind im Verhältnis zu negativen öko-sozialen Auswirkungen des Kerngeschäfts. Manche Werbekampagnen stufen Analysten klar als Greenwashing ein.“</p> <p>(Lexikon der Nachhaltigkeit (2015):  <a href="https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/greenwashing_1710.htm">https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/greenwashing_1710.htm</a>)</p> <p>Fazit: Wo „nachhaltig“ oder „grün“ draufsteht, ist nicht immer das Versprochene dahinter. Hier sind wir als Konsument*innen gefragt, genauer hinzusehen und kritisch zu hinterfragen, wo und was wir konsumieren. Das Zitat von Kathrin Hartmann, der Autorin des Buches „Grüne Lüge“, erinnert uns auch noch einmal an unsere Möglichkeiten, die wir als aktive Bürger*innen über unsere Rolle als Konsumierende haben.</p>	
<b>Lernziel</b>		<b>Beschaffung und Aneignung von Informationen, Unterscheidung gesellschaftlicher Handlungsebenen, kritische Reflexion und Stellungnahme, Handlungsfähigkeit im globalen Wandel</b>	
Video: Einstieg zum Thema „Fairer Handel“	6	<p>Gemeinsam wird ein Video-Clip angeschaut:                  „Agraprofit – Der Film“                  (Dauer: 05:28 Minuten)  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=pgCD-4Q-4Wo">https://www.youtube.com/watch?v=pgCD-4Q-4Wo</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was sagt ihr zu dem Clip?</li> <li>• Welche Themen werden angesprochen?</li> <li>• Was wird in dem Clip als „fair“ bezeichnet?</li> <li>• Wie geht es euch, wenn ihr seht, wie einige Personen trotzdem etwas kaufen?</li> <li>• Wie bringt ihr dieses Verhalten mit eurem eigenen Konsumverhalten in Verbindung?</li> </ul>	10‘
<b>Lernziel</b>		<b>Kritische Reflexion und Stellungnahme, Unterscheidung gesellschaftlicher Handlungsebenen, kritische Reflexion und Stellungnahme, Handlungsfähigkeit im globalen Wandel, Partizipation und Mitgestaltung</b>	

Talkshow: Pro und Contra Fairer Handel		Im Rahmen einer Talkshow nehmen die SuS unterschiedliche Positionen zum Thema „Fairer Handel“ ein. Dabei diskutieren sie über Vor- und Nachteile des Konzeptes und lernen sich in verschiedene Rollen und Positionen hineinzudenken. Anschließend an die Talkshow wird diese ausgewertet und die SuS können ihre Rollen und vertretenen Standpunkte in einem Gespräch reflektieren.  (Methode siehe: Alles fair oder was? In: Fokuscafé Lateinamerika e.V. (Hrsg.) (2017): Wirtschaft: S. 54f)	60‘
<b>Lernziel</b>		<b>Beschaffung und Aneignung von Informationen, Einüben des Perspektivenwechsels, kritische Reflexion und Stellungnahme, Handlungsfähigkeit im globalen Wandel</b>	

**Material:**

- PowerPoint-Präsentation
- Video: Agraprofit – Der Film  
<https://www.youtube.com/watch?v=pgCD-4Q-4Wo>
- Methodenbeschreibung: Alles fair oder was? In: Fokuscafé Lateinamerika e.V. (Hrsg.) (2017): Wirtschaft: S. 54f.
- Zusätzliche Artikel zum Thema Fairer Handel:
  - Zeit Online: „Wie elitär ist fairer Handel?“  
<https://www.zeit.de/wirtschaft/2014-05/fairtrade-handel>
  - Zeit Online: „Kann Handel die Welt retten?“  
<https://www.zeit.de/2018/08/fairtrade-unternehmen-gepa-handel-welt-peter-schaumberger>

**Weiterführende Literatur und Links:**

- Bréville, Benoît (2015): Fetter als McDonald’s. <https://monde-diplomatique.de/artikel/!5220714>
- Gepa: <https://www.gepa.de/home.html>
- Hartmann, Kathrin (2018): Die grüne Lüge: Weltrettung als profitables Geschäftsmodell. Karl Blessing Verlag: München.
- Jans, Thorge (2018): Greenwashing – Die dunkle Seite der CSR. <https://reset.org/knowledge/greenwashing-%E2%80%93-die-dunkle-seite-der-csr>
- TAZ: [http://download.taz.de/Fairer\\_Handel\\_September\\_2018.pdf](http://download.taz.de/Fairer_Handel_September_2018.pdf)
- Transfair Deutschland: <https://www.fairtrade-deutschland.de>

**Quellen:**

- Lexikon der Nachhaltigkeit (2015): Greenwashing.  
[https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/greenwashing\\_1710.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/greenwashing_1710.htm) [aufgerufen am 09.10.2018].