

Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

Kreative Ideen und Konzepte inkl. fertig ausgearbeiteter Materialien und Kopiervorlagen für einen lehrplangemäßen und innovativen Unterricht

Thema: Sozialkunde/Politik, Ausgabe: 20

Titel: Verbraucherverhalten und Nachhaltigkeit (35 S.)

Produktinweis zur »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe«

Dieser Beitrag ist Teil einer Print-Ausgabe aus der »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe« der Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG*. Den Verweis auf die jeweilige Originalquelle finden Sie in der Fußzeile des Beitrags.

- ▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

Seit über 15 Jahren entwickeln erfahrene Pädagoginnen und Pädagogen kreative Ideen und Konzepte inkl. sofort einsetzbarer Unterrichtsverläufe und Materialien für verschiedene Reihen der Ideenbörse.

- ▶ Informationen zu den Print-Ausgaben finden Sie [hier](#).

* Ausgaben bis zum Jahr 2015 erschienen bei OLZOG Verlag GmbH, München

Beitrag bestellen

- ▶ Klicken Sie auf die Schaltfläche **Dokument bestellen** am oberen Seitenrand.
- ▶ Alternativ finden Sie eine Volltextsuche unter www.eDidact.de/sekundarstufe.

Piktogramme

In den Beiträgen werden – je nach Fachbereich und Thema – unterschiedliche Piktogramme verwendet. Eine Übersicht der verwendeten Piktogramme finden Sie [hier](#).

Nutzungsbedingungen

Die Arbeitsmaterialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien in Klassensatzstärke zu ziehen bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Arbeitsmaterialien ist unzulässig.

- ▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: service@eDidact.de

✉ Post: Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG
E.-C.-Baumann-Straße 5 | 95326 Kulmbach

☎ Tel.: +49 (0)9221 / 949-204 | 📠 Fax: +49 (0)9221 / 949-377

<http://www.eDidact.de> | <https://www.bildung.mgo-fachverlage.de>

5.15 Verbraucherverhalten und Nachhaltigkeit*Ulrike Seitz***Lernziele:**

Die Schüler sollen

- ◆ den Begriff „Nachhaltigkeit“ erklären können,
- ◆ erkennen, dass das eigene Verbraucherverhalten und soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit miteinander zu tun haben,
- ◆ anhand verschiedener Beispiele herausarbeiten, wo Nachhaltigkeit eventuell gefährdet sein kann und welche Möglichkeiten man als Verbraucher hat, etwas daran zu ändern,
- ◆ diese Möglichkeiten kritisch beurteilen,
- ◆ in Gruppenarbeit arbeitsteilig zu verschiedenen Aspekten Kurzreferate vorbereiten und diese präsentieren.

Didaktisch-methodischer Ablauf	Inhalte und Materialien (M)
<p>I. Einführung und Arbeitsaufträge</p> <p>Mithilfe einer Folie werden die Schüler mit den Arbeitsaufträgen für die Gruppenarbeit vertraut gemacht.</p> <p>Zunächst informieren sie sich über den Begriff der Nachhaltigkeit (vgl. Arbeitsauftrag 1).</p> <p>Danach sollen die Schüler anhand verschiedener Bilder den Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und Verbraucherverhalten erkennen. Sie sollen dabei entscheiden, welches Bild das Thema nach ihrer Meinung am besten veranschaulicht (vgl. Arbeitsaufträge 2 und 3).</p> <p>Im optimalen Fall finden sich bei jedem Bild in etwa gleich viele Schüler ein, sodass die Gruppen für den folgenden Arbeitsauftrag 4 schnell gefunden sind. Ansonsten muss die Gruppenbildung anderweitig vollzogen werden, beispielsweise durch Losen.</p>	<p>→ Einführung und Arbeitsaufträge/ M1a (Folienvorlage)</p> <p>→ Was ist Nachhaltigkeit?/M1b (Text)</p> <p>→ Nachhaltigkeit: Verschiedene Aspekte/ M1c bis h (Abbildungen)</p>

5.15

Verbraucherverhalten und Nachhaltigkeit

Teil 5: Wirtschaft

<p>II. Gruppenarbeit mit Präsentation</p> <p>Jede Gruppe arbeitet aus Texten und/oder Schaubildern wichtige Informationen zu ihrem Aspekt heraus.</p> <p>Diese werden jeweils für einen Kurzvortrag vor der Klasse aufbereitet. Die Vorträge sollen die Problematik des jeweiligen Aspekts darstellen sowie Handlungsmöglichkeiten für die Verbraucher aufzeigen und kritisch hinterfragen.</p> <p>Nach den Präsentationen wird im Plenum über die „Macht der Konsumenten“ diskutiert. Es kann dabei auch die Frage aufgeworfen werden, wessen Aufgabe es in erster Linie ist, sich um Nachhaltigkeit zu kümmern: die der Konsumenten, der Unternehmen, der Einzelstaaten oder der Staatengemeinschaft?</p>	<p>→ Abfall und Abfallvermeidung/ M2a bis d (Texte und Schaubilder)</p> <p>→ Tierhaltung/M3a bis d (Text)</p> <p>→ Arbeitsbedingungen/M4a bis d (Texte und Schaubild)</p> <p>→ Energieverbrauch/M5a bis c (Texte und Schaubilder)</p> <p>→ Abholzung des tropischen Regenwalds/ M6a bis d (Texte und Schaubild)</p> <p>→ Gentechnik/M7a bis e (Texte)</p>
--	---

Tipp:

- ◆ Heidbrink, Ludger/Schmidt, Imke/Ahaus, Björn (Hrsg.): Die Verantwortung des Konsumenten. Über das Verhältnis von Markt, Moral und Konsum, Campus Verlag, Frankfurt/New York 2011
- ◆ www.bne-portal.de
- ◆ www.fairtrade-deutschland.de
- ◆ www.regenwald.org/
- ◆ www.provieh.de/

Verbraucherverhalten und Nachhaltigkeit**5.15****Teil 5: Wirtschaft****Anmerkungen zum Thema:**

Bildung für nachhaltige Entwicklung ist ein Konzept, das Kindern und Erwachsenen nachhaltiges Denken und Handeln vermittelt. Denn wir müssen lernen: **Mein heutiges Handeln hat Einfluss auf das Leben meiner Kinder und auf das Leben von Menschen in anderen Weltregionen** (nach: <http://www.bne-portal.de/>).

Die Vereinten Nationen haben die Jahre von 2005 bis 2014 zur „**UN-Dekade Bildung für nachhaltige Entwicklung**“ ausgerufen.



Die vorliegende Einheit soll Schülerinnen und Schülern anhand praktischer Beispiele vermitteln, **wie nahe das eigene Konsumverhalten und Nachhaltigkeit in verschiedenen Bereichen zusammenhängen.**

Dabei soll deutlich werden, dass der Einzelne durch sein Tun zwar nicht alles verändern kann, dass aber auch kleine Schritte nutzen können und dass vor allem **das gemeinsame Handeln Wirkung zeigen kann.** Wenn z.B. immer mehr Verbraucher beim Fleischkauf darauf achten würden, dass sie Waren aus artgerechter Haltung wählen, wäre es für Unternehmen irgendwann attraktiver, nur noch solche Produkte anzubieten.

Natürlich gibt es auch Bereiche, die durchaus **umstritten** sind: So wird z.B. die „Grüne Gentechnik“ von manchen als große Gefahr, von anderen aber auch als riesige Chance gesehen.

Es soll in dieser Einheit nicht darum gehen, endgültige Antworten zu finden. Ziel ist vielmehr, die **kritische Reflexion** der Schülerinnen und Schüler anzuregen und damit ihr **Urteilsvermögen** zu schärfen.

Einführung und Arbeitsaufträge

Arbeitsaufträge:

- 1. Informiert euch über den Begriff „Nachhaltigkeit“ und das „Nachhaltigkeitsdreieck“.*
- 2. Im Klassenzimmer hängen sechs Bilder. Betrachtet die Bilder und überlegt jeweils, was sie mit dem Thema „Verbraucherverhalten und Nachhaltigkeit“ zu tun haben.*
- 3. Bleibt bei dem Bild stehen, das in euren Augen das Thema am besten veranschaulicht. Diskutiert im Plenum eure Einschätzung.*
- 4. Arbeitet in Gruppen. Jede Gruppe bereitet zu einem der Aspekte (Abfall, Tierhaltung, Arbeitsbedingungen, Energieverbrauch, Abholzung des tropischen Regenwalds, Gentechnik) mithilfe des Materials einen Kurzvortrag vor, der auf folgende Punkte eingeht:*
 - Darstellung der Problematik*
 - Handlungsvorschläge für Verbraucher und deren Bewertung*