



**NACHHALTIGKEIT  
LERNEN**



# Marketing

Nachhaltigkeit als Marketingstrategie



**Baden-Württemberg**

MINISTERIUM FÜR KULTUS, JUGEND UND SPORT



## **Bildung für nachhaltige Entwicklung und Globales Lernen in der beruflichen Bildung**

Umsetzung des Orientierungsrahmens für den Lernbereich  
Globale Entwicklung

## **Nachhaltigkeit als Marketingstrategie**

11 Unterrichtseinheiten

Stuttgart 2014

## Impressum

<b>Herausgeber:</b>	Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg Thouretstr. 6 70173 Stuttgart  Telefon: 0711 279-0 Internet: <a href="http://www.km-bw.de">www.km-bw.de</a> E-Mail: <a href="mailto:poststelle@km.kv.bwl.de">poststelle@km.kv.bwl.de</a>
<b>Verantwortlich für die Herausgabe:</b>	Ingo Noack, Referat Berufskollegs <a href="mailto:ingo.noack@km.kv.bwl.de">ingo.noack@km.kv.bwl.de</a>
<b>Autoren:</b>	Sebastian Blümle, Dominik Heller Walter-Eucken-Schule Karlsruhe
<b>Gestaltung:</b>	ÖkoMedia GmbH, Stuttgart <a href="http://www.oekomedia.com">www.oekomedia.com</a>
<b>Stand:</b>	Oktober 2014

Gefördert von Engagement Global gGmbH aus Mitteln des BMZ.



## Haftung für Inhalte

Die Inhalte dieser Publikation wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Es wird jedoch keine Gewähr - weder ausdrücklich noch stillschweigend - für die Vollständigkeit, Richtigkeit, Aktualität oder Qualität der bereit gestellten Informationen übernommen.

## Haftung für Links

Diese Unterlage enthält Links oder Verweise auf Internetauftritte Dritter. Diese Links zu den Internetauftritten Dritter stellen keine Zustimmung zu deren Inhalten durch den Herausgeber dar. Es wird keine Verantwortung für die Verfügbarkeit oder den Inhalt solcher Internetauftritte übernommen und keine Haftung für Schäden oder Verletzungen, die aus der Nutzung - gleich welcher Art - solcher Inhalte entstehen. Mit den Links zu anderen Internetauftritten wird den Nutzern lediglich der Zugang zur Nutzung der Inhalte vermittelt. Für illegale, fehlerhafte oder unvollständige Inhalte und für Schäden, die aus der Nutzung entstehen, haftet allein der Herausgeber der Seite, auf welche verwiesen wurde.

## Urheberrecht

Die durch die Autoren erstellten Inhalte unterliegen dem deutschen Urheberrecht. Soweit die Inhalte in dieser Publikation nicht von den Autoren erstellt wurden, werden die Urheberrechte Dritter beachtet. Insbesondere werden Inhalte Dritter als solche gekennzeichnet. Sollten Sie trotzdem auf eine Urheberrechtsverletzung aufmerksam werden, bitten wir um einen entsprechenden Hinweis. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir derartige Inhalte umgehend entfernen.

## Verwendung des Unterrichtsmaterials

Das vorliegende Unterrichtsmaterial ist nur für schulische Zwecke bestimmt und kann im Rahmen des Unterrichts bearbeitet und Schülerinnen und Schülern zugänglich gemacht werden. Eine Bearbeitung und Vervielfältigung für nicht-schulische Zwecke ist nicht gestattet.

## Inhaltsverzeichnis

	<b>Grundlagen</b>	<b>4</b>
1.	Vorbemerkungen zum Unterrichtsmodell	5
1.1	Intention des Unterrichtsmodells	5
1.2	Struktur des Unterrichtsmodells	5
1.3	Beschreibung des Unterrichtsmodells	6
2.	Aufbau des Unterrichtsmodells	7
2.1	Bildungsgang	7
2.2	Lehrplanbezug	7
3.	Kompetenzerwerb	8
4.	Unterrichtliche Umsetzung	12
	<b>Unterrichtsmaterialien</b>	<b>20</b>
	<b>Weitere Informationen, Links und Quellen</b>	<b>49</b>
	Lehrerbegleitmaterial	50
	Grundlegende methodische Hinweise	50
	Überprüfung des Kompetenzzuwachses	51
	Quellen und Bildnachweise	51

# Grundlagen

## 1. Vorbemerkungen zum Unterrichtsmodell

### 1.1 Intention des Unterrichtsmodells

Das Unterrichtsmodell „Nachhaltigkeit als Marketingstrategie“ wurde für Klassen des kaufmännischen Berufskollegs I entwickelt. Das Berufskolleg I baut auf der Fachschulreife oder einem gleichwertigen mittleren Bildungsabschluss auf. Durch die Ausbildung am kaufmännischen Berufskolleg I sollen kaufmännische Kenntnisse vermittelt und die Allgemeinbildung vertieft werden. Die Schülerinnen und Schüler am kaufmännischen Berufskolleg I sind im Durchschnitt 16 bis 17 Jahre alt. Nach erfolgreichem Abschluss des Berufskollegs I und Erfüllen der Aufnahmevoraussetzungen für das Berufskolleg II können die Schülerinnen und Schüler die Fachhochschulreife erwerben. Die Unterrichtsinhalte des Unterrichtsmodells entstammen den Lehrplänen der Fächer Geschichte mit Gemeinschaftskunde (GGK), Betriebswirtschaft (BW) sowie Deutsch/Betriebliche Kommunikation (D) für das kaufmännische Berufskolleg I. Anschlüsse an die Fächer Religion und Ethik sind inhaltlich leicht umsetzbar und sicher sinnvoll.

Ziel ist es, vor dem Hintergrund der aktuellen Gegebenheiten der globalisierten Arbeitsteilung und der Arbeiterausbeutung in Schwellen- und Entwicklungsländern, zu zeigen, dass Fair Trade eine Alternative sein kann, die sowohl den einzelnen Verbraucher zum Wandel ermächtigt als auch von Handelsunternehmen positiv genutzt werden kann. Da am anderen Ende der Wertungskette die Bedingungen der Arbeiter/Kleinproduzenten ebenfalls positiv beeinflusst werden, könnte es hierdurch zu einer Win-win-Situation kommen.

Das bedingt aber mündige Verbraucher, die auch bereit sind, beim Einkauf auf mehr als nur den Preis und das Aussehen von Produkten zu achten. Dass diese Frage kein Luxus- und kein Kleinstproblem unserer Zeit ist, soll durch eine Einführung zu den Menschenrechten und deren Erreichungsgrad erkennbar werden.

### 1.2 Struktur des Unterrichtsmodells

Das Unterrichtsmodell besteht aus elf Unterrichtseinheiten à 45 Minuten, die in den Fächern Gemeinschaftskunde, Betriebswirtschaft und Deutsch durchgeführt werden. Je zwei Unterrichtseinheiten in Betriebswirtschaft sind als Doppelstunden konzipiert. Das Modell der vollständigen Handlung wird für jede Einzelstunde (in GK, D und BW) bzw. Doppelstunde (in BW) und nicht über die gesamte Unterrichtssequenz angestrebt.

Unterrichtsphasen	Beispiel Stunde 2 (GGK)
Einstieg/Handlungsziel (Zielbestimmung)	Impulsfrage „Haben Sie schon einmal jemanden richtig ausgebeutet?“
Aufgaben-/Problemanalyse (Information)	Reportage zu Arbeitsbedingungen in einer thailändischen Textilfabrik, dazu eine Grafik zu den unterschiedlichen Kostenbestandteilen eines Turnschuhs auf einem Arbeitsblatt.
Planung/Problemlösung	Schülerinnen und Schüler formulieren Möglichkeiten der Einflussnahme auf Schuhproduzenten.
Ausführung (Präsentation)	Keine Präsentation, sondern Besprechung im Plenum. Fragend-entwickelnder Unterricht (FEU) zur marktwirtschaftlichen Logik der Güterproduktion.
Auswertung (Reflexion und Transfer)	Die aus der Produktionslogik resultierende Notwendigkeit von Information über den Produktionsprozess, ohne die eine bewusste Kaufentscheidung für Konsumenten nicht möglich ist, wird anhand von Produktsiegeln besprochen (vgl. Material zu Std 2).
Bewertung und Bewusstmachung (Projekt)	Diskussion, ob Personen in der Klasse (inklusive Lehrkraft) nun Fair-Trade-Produkte, z.B. Schuhe, zu höheren Preisen kaufen werden. Optionale Hausaufgabe: Schülerinnen und Schüler verfassen einen Tagebucheintrag aus der Sicht einer Arbeiterin in einer Textilfabrik wie der in der Reportage beschrieben.

## 1.3 Beschreibung des Unterrichtsmodells

Wie bereits unter Abschnitt 1.2 beschrieben wurde, finden die Unterrichtseinheiten in den Fächern GGK (3), BW (5) und D (2) statt. Die abschließende Einheit zur Überprüfung angeeigneter Kompetenzen kann in einem beliebigen Fach durchgeführt werden. Die Unterrichtseinheiten bauen inhaltlich aufeinander auf, d. h. die Reihenfolge sollte eingehalten werden. Jedoch ist zwischen dem Unterricht in GGK, BW und D auch ein größerer zeitlicher Abstand möglich. Folglich müssen die Inhalte nicht in den drei Fächern direkt hintereinander unterrichtet werden. Dies ermöglicht die Umsetzung des Unterrichtsmodells auch im Unterricht verschiedener Fachlehrer und bietet größere zeitliche Flexibilität.

Zunächst wird im Fach GGK allgemein das Thema Menschenrechte erarbeitet. Am Beispiel der Ausbeutung von Angestellten in der herkömmlichen Textilproduktion in Schwellen- und Entwicklungsländern wird das Thema Menschenrechtsverletzungen behandelt. In der dritten Stunde wird analysiert, was der einzelne Konsument in den Industrienationen gegen solche Ausbeutung tun könnte und inwiefern der Kauf von Fair-Trade-Artikeln hier helfen könnte. In der vierten Unterrichtseinheit wird in BW mittels Sekundärforschung die positive Entwicklung der Umsätze mit Fair-Trade-Waren in Deutschland herausgearbeitet. Dies bietet vielfältige Ansatzpunkte zur Veränderung des Sortiments in Einzelhandelsunternehmen. In einer Doppelstunde in BW informieren sich die Schülerinnen und Schüler über die Vielfalt fair gehandelter Waren und führen sortimentspolitische Maßnahmen in einem fiktiven Einzelhandelsunternehmen durch. Eine weitere Doppelstunde in BW setzt an der Kommunikationspolitik an, bei der die Schülerinnen und Schüler einen Werbeplan für das veränderte Sortiment des Unternehmens entwickeln. Abschließend wird in einem beliebigen Fach mithilfe eines Fragebogens überprüft, inwiefern Kompetenzen im Bereich der Nachhaltigkeit bei den Schülerinnen und Schülern verankert werden konnten. Es ist wünschenswert, dass dies bei einer zuvor in der Sequenz unterrichtenden

Lehrkraft geschieht, damit eventuelle Unklarheiten bei den Fragen des Bogens geklärt werden können. Zwingend notwendig ist es aber nicht.

Im Fach Betriebswirtschaft kann der Aspekt der Nachhaltigkeit in der Lehrplaneinheit Beschaffung wieder aufgegriffen werden. Auch weitere Fächer, bspw. Ethik, können bei den behandelten Inhalten ansetzen und diese vertiefen. Eine Weiterführung als Projekt, in welchem die Klasse Fair-Trade-Artikel im Pausenverkauf an der Schule anbietet, ist ebenfalls leicht umsetzbar. Auch könnten bestimmte Fair-Trade-Artikel im Angebot des Schulladens oder in der schulischen Mensa etabliert werden.

Einladungen von Experten zum Thema Fair Trade bzw. Nachhaltigkeit können mit weitergehenden Informationen für eine zusätzliche Vertiefung sorgen. Das Entwicklungspädagogische Informationszentrum (EPIZ) kann zu vielfältigen Themen rund um den Bereich Globales Lernen und Bildung für nachhaltige Entwicklung Referenten vermitteln (s. Internetadresse im Lehrerbegleitmaterial). Das EPIZ bietet aber auch weitere Leistungen, die sich hervorragend für eine Vertiefung der Unterrichtssequenz eignen würden, bspw. Literatur und Seminare für Lehrer, didaktische Materialien für den Unterricht oder in Form eines Besuchs des globalen Klassenzimmers in Reutlingen.

Folgende Ressourcen werden im Verlauf der Unterrichtssequenz eingesetzt:

Beamer, Computer mit Internetzugang, Folien und OH-Projektor/Visualizer, Plakate/Metaplanwände, Arbeitsblätter/Kopierer und die Tafel. Es ist unser erklärtes Ziel, dass der technische Aufwand bei der Nutzung der vorliegenden Unterrichtsstunden gering gehalten wird, um es den einzelnen Kolleginnen und Kollegen an den Schulen des Landes möglichst einfach zu machen, diese Stunden für ihre Klassen zu nutzen.

## 2. Aufbau des Unterrichtsmodells

### 2.1. Bildungsgang

#### Kaufmännisches Berufskolleg I

Unterrichtseinheit	Fach	Inhalt
1	Gemeinschaftskunde	Menschenrechte – was ist das?
2	Gemeinschaftskunde	Was tun gegen Ausbeutung?
3	Gemeinschaftskunde	Was kann Fair Trade leisten?
4	Betriebswirtschaft	Marktforschung: Welches Marktvolumen/-potenzial hat nachhaltige Ware?
5 & 6	Betriebswirtschaft	Produktpolitik: Sortiment eines Unternehmens um nachhaltige Ware aktualisieren.
7 & 8	Betriebswirtschaft	Kommunikationspolitik: Erstellen eines Werbepplans für das neue Sortiment.
9 & 10	Deutsch	Erörterung zum Thema Fair Trade formulieren. Dialektische Argumentation üben.
11	beliebig	Test/Kompetenzen prüfen.

### 2.2 Lehrplanbezug

Fach	Lehrplan		Dauer
	Lehrplaneinheit	Lehrplaninhalte	Unterrichtsstunden
Geschichte mit Gemeinschaftskunde (GGK)	Individuum und Gesellschaft	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Menschenbilder und Lebensformen</li> <li>▪ Menschenrechte</li> </ul>	3
Betriebswirtschaft (BW)	Marketingprozesse	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Marketingziele</li> <li>▪ Marktforschung</li> <li>▪ Produkt- und Sortimentspolitik</li> <li>▪ Kommunikationspolitik</li> </ul>	5
Deutsch/Betriebliche Kommunikation (D)	Sprachliche Übungen und Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Argumentation und Diskussion</li> <li>▪ Aufsatzart: Erörterung</li> </ul>	2



## 3. Kompetenzerwerb

Der Unterricht ist auf die Entwicklung von Handlungskompetenz<sup>1,2</sup> gerichtet. Diese wird hier verstanden als die Bereitschaft und Befähigung des Einzelnen, sich in beruflichen, gesellschaftlichen und privaten Situationen sachgerecht durchdacht sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten. Handlungskompetenz entfaltet sich in den Dimensionen Fachkompetenz (Fa1 ...), Sozialkompetenz (So1 ...) und Selbstkompetenz (Se1 ...) <sup>3</sup>.

Kompetenzen (K1 ... K11) [s. Orientierungsrahmen für den Lernbereich Globale Entwicklung]	Fachkompetenz	Sozialkompetenz	Selbstkompetenz
<i>Die Schülerinnen und Schüler ...</i>			
<b>Erkennen</b>			
<b>Informationsbeschaffung und -verarbeitung (K1)</b>  ... können Informationen zu Fragen der Globalisierung und Entwicklung beschaffen und themenbezogen bearbeiten.	... sind in der Lage, sich aus unterschiedlichen Quellen Informationen zu den Menschenrechten zu erarbeiten (K1Fa1).  ... erarbeiten, dass die Menschenrechte aus drei Dimensionen bestehen und diese nur in der Gesamtheit funktionieren (K1Fa2).  ... können zentrale Inhalte zu Fair Trade aus unterschiedlichen Quellen erarbeiten (K1Fa3).  ... können den aktuellen Umsatz und die Umsatzzuwächse von Fair Trade realistisch bewerten (K1Fa4).  ... werten zielgerichtet Marktdaten aus (Absatz Fair-Trade-Waren) und grenzen den relevanten Markt ab (K1Fa5).  ... erstellen eine Marktprognose für fair gehandelte Produkte in Deutschland (K1Fa6).  ... beschaffen themenbezogen Informationen (Fair-Trade-Waren) aus den gegebenen Internetressourcen (K1Fa7).	... gestalten die Arbeit in der Gruppe und deren Arbeitsergebnis (K1So1).	... präsentieren ihre Einschätzungen dazu, welche Bereiche der Menschenrechte in Deutschland erreicht sind (K1Se1).

<sup>1</sup> Handreichung für die Erarbeitung von Rahmenlehrplänen der KMK, September 2011

<sup>2</sup> „Wirkungsvolle Handlungskompetenz“: Fähigkeit und Bereitschaft, aufgrund mündiger Entscheidungen Ziele der nachhaltigen Entwicklung im privaten, schulischen und beruflichen Bereich zu verfolgen und sich an ihrer Umsetzung auf gesellschaftlicher und politischer Ebene zu beteiligen [Orientierungsrahmen Globale Entwicklung, Seite 72]

<sup>3</sup> Bestandteile sowohl von Fachkompetenz, Sozialkompetenz und Personaler Kompetenz sind Methodenkompetenz, kommunikative Kompetenz und Lernkompetenz

# Nachhaltigkeit als Marketingstrategie

Kompetenzen (K1 ... K11) [s. Orientierungsrahmen für den Lernbereich Globale Entwicklung]	Fachkompetenz	Sozialkompetenz	Selbstkompetenz
<i>Die Schülerinnen und Schüler ...</i>			
<b>Analyse des globalen Wandels (K3)</b>  ... können Globalisierungs- und Entwicklungsprozesse mithilfe des Leitbildes der nachhaltigen Entwicklung fachlich analysieren.	... erarbeiten die Produktionsbedingungen in der Textilindustrie Thailands (K3Fa1).		
<b>Unterscheidung gesellschaftlicher Handlungsebenen (K4)</b>  ... können gesellschaftliche Handlungsebenen vom Individuum bis zur Weltebene in ihrer jeweiligen Funktion für Entwicklungsprozesse zu erkennen.			... reflektieren ihr übliches Verhalten (K4Se1).  ... benennen Möglichkeiten des Einzelnen, auf das Vorgehen von Unternehmen Einfluss zu nehmen (K4Se2).
<b>Bewerten</b>			
<b>Perspektivenwechsel und Empathie (K5)</b>  ... können eigene und fremde Wertorientierungen in ihrer Bedeutung für die Lebensgestaltung sich bewusst machen, würdigen und reflektieren.		... reflektieren oberflächlich die Folgen ihres Verhaltens (K5So1).  ... versetzen sich in die Lage einer ausgebeuteten Arbeiterin (K5So2).  ... machen sich die Bedeutung fair gehandelter Ware im eigenen und fremden Konsumverhalten bewusst (K5So3).	

# Nachhaltigkeit als Marketingstrategie

Kompetenzen (K1 ... K11) [s. Orientierungsrahmen für den Lernbereich Globale Entwicklung]	Fachkompetenz	Sozialkompetenz	Selbstkompetenz
<i>Die Schülerinnen und Schüler ...</i>			
<b>Kritische Reflexion und Stellungnahme (K6)</b>  ... können durch kritische Reflexion zu Globalisierungs- und Entwicklungsfragen Stellung beziehen und sich dabei an der internationalen Konsensbildung, am Leitbild nachhaltiger Entwicklung und an den Menschenrechten orientieren.	... nennen Argumente, um die Wirkung von Fair Trade zu beurteilen (K6Fa1).	... bewerten, welche Bereiche der Menschenrechte in Deutschland verwirklicht sind (K6So1).  ... reflektieren die Werbepläne der anderen Arbeitsgruppen und würdigen diese kritisch (K6So2).	
<b>Beurteilen von Entwicklungsmaßnahmen (K7)</b>  ... können Ansätze zur Beurteilung von Entwicklungsmaßnahmen unter Berücksichtigung unterschiedlicher Interessen und Rahmenbedingungen erarbeiten und zu eigenständigen Bewertungen kommen.	... bewerten, wie durch den fairen Handel die Menschenrechte weltweit gestärkt werden können (K7Fa1).	... bewerten die Argumente, für und gegen Fair Trade (K7So1).	
<b>Handeln</b>			
<b>Solidarität und Mitverantwortung (K8)</b>  ... können Bereiche persönlicher Mitverantwortung für Mensch und Umwelt erkennen und als Herausforderung annehmen.	... bewerten die niedrigen Löhne in der Bekleidungsindustrie in Ostasien (K8Fa1).	... reflektieren die Folgen ihres Verhaltens auf Basis des erarbeiteten Wissens zur Ausbeutung in der Produktion von Gütern, die wir alle nutzen (K8So1).	... benennen und reflektieren Maßnahmen, wie Produktionsbedingungen durch persönliches Handeln beeinflusst werden (K8Se1).
<b>Verständigung und Konfliktlösung (K9)</b>  ... können soziokulturelle und interessenbestimmte Barrieren in Kommunikation und Zusammenarbeit sowie bei Konfliktlösungen überwinden.			... formulieren eine Argumentation zu Wirkung/Wirkungslosigkeit von Fair Trade (K9Se1).
<b>Handlungsfähigkeit im globalen Wandel (K10)</b>  ... können die gesellschaftliche Handlungsfähigkeit im globalen Wandel vor allem im persönlichen und	... erkennen, dass dazu Information notwendig ist und können Mittel nennen, diese Information zu erhalten (K10Fa1).  ... führen aufgrund der Ergebnisse der		... reflektieren ihre Handlungsfähigkeit und ihren Handlungswillen als mündige Verbraucher (K10Se 1).

# Nachhaltigkeit als Marketingstrategie

Kompetenzen (K1 ... K11) [s. Orientierungsrahmen für den Lernbereich Globale Entwicklung]	Fachkompetenz	Sozialkompetenz	Selbstkompetenz
<i>Die Schülerinnen und Schüler ...</i>			
beruflichen Bereich durch Offenheit und Innovationsbereitschaft sowie durch eine angemessene Reduktion von Komplexität sichern und die Ungewissheit offener Situationen ertragen.	Internetrecherche geeignete sortiments- politische Maßnahmen durch, indem sie das Sortiment um Fair-Trade-Artikel er- gänzen (KFa 2).		
<b>Partizipation und Mitgestaltung (K11)</b> ... sind fähig und aufgrund ihrer mündigen Ent- scheidung bereit, Ziele der nachhaltigen Ent- wicklung im privaten, schulischen und beruflichen Bereich zu verfolgen und sich an ihrer Umsetzung auf gesellschaftlicher und politischer Ebene zu be- teiligen (K11).	... erarbeiten, dass sie als Verbraucher über ihre Kaufentscheidung Macht aus- üben können (K11Fa1).  ... erstellen einen Werbeplan für das um Fair-Trade-Produkte erweiterte Sortiment und nutzen hierbei insbesondere deren Merkmale als Verkaufsargument (K11Fa2).		... reflektieren ihr Handeln und dis- kutieren ihre mündige Entscheidung als Käufer in der Zukunft (K11Se1).  ... reflektieren das Potenzial von Fair Trade zur Veränderung und formulieren Möglichkeiten des eigenen Handelns (K11Se2).

## 4. Unterrichtliche Umsetzung

Std.	Ziele/Kompetenzen	Fach	Schüleraktivität	Medien/Materialien/Hinweise
<i>Die Schülerinnen und Schüler ...</i>				
<b>1. Menschenrechte – was ist das?</b>				
1	<p>... informieren sich, ausgehend von Deutschland, über die Menschenrechte und deren weltweite Umsetzung. Sie bewerten die Situation in Deutschland im Verhältnis zu anderen Ländern.</p> <p>K1Fa1: ... sind in der Lage, aus unterschiedlichen Quellen Informationen über die Menschenrechte zu erarbeiten.</p> <p>K1So1: ... gestalten die Arbeit der Gruppe und deren Arbeitsergebnis.</p> <p>K6So1: ... bewerten, welche Bereiche der Menschenrechte in Deutschland erreicht sind.</p> <p>K1Se1: ... präsentieren ihre Einschätzungen dazu, welche Bereiche der Menschenrechte in Deutschland erreicht sind.</p> <p>K1Fa2: ... erarbeiten, dass die Menschenrechte aus drei Dimensionen bestehen und diese nur in der Gesamtheit funktionieren.</p>	Gemeinschaftskunde	<p>... erörtern im Einstiegsgespräch die Frage „Was sind Menschenrechte“?</p> <p>... informieren sich mittels eines Arbeitsblattes grob über die Menschenrechte.</p> <p><b>Gruppenarbeit</b> ... bewerten in Gruppen die Umsetzung der Menschenrechte in Deutschland.</p> <p>Die Gruppen präsentieren anschließend, indem sie auf einer Folie ihre Markierungen eintragen/ ihr Arbeitsblatt mit dem Visualizer nutzen.</p> <p>... erarbeiten aus dem Animationsfilm die zentralen Informationen zu den Menschenrechten.</p>	<p>Die Lehrkraft sammelt die in Form eines Brainstormings genannten Rückmeldungen der Schüler an der Tafel.</p> <p>Die gemeinsame Bewertung anhand eines Arbeitsblattes (A1) soll den Schülerinnen und Schülern helfen, über die Verwirklichung der Menschenrechte in Deutschland zu sprechen und diese aus persönlicher Sicht zu bewerten.</p> <p>Die Folie entspricht einer leicht vergrößerten Variante des Arbeitsblattes 1. Ein Visualizer kann die ABs der Gruppen direkt an die Wand projizieren. Lösungsvorschlag (L1)</p> <p>Der Film befindet sich auf der beigefügten DVD oder unter <a href="http://www.e-politik.de/lesen/wissenswerte-animationsclips-zur-politischen-bildung/">http://www.e-politik.de/lesen/wissenswerte-animationsclips-zur-politischen-bildung/</a> „Menschenrechte I“</p> <p>Bei Zeitknappheit kann man auch nur den Teil von 0'00“ bis 3'42“ zeigen. Bei schwächeren Klassen die Filmsequenz evtl. zweimal zeigen.</p>

Std.	Ziele/Kompetenzen	Fach	Schüleraktivität	Medien/Materialien/Hinweise
<i>Die Schülerinnen und Schüler ...</i>				
<b>1. Menschenrechte – was ist das?</b>				
				<p>Aus den Ergebnissen der Schüler wird das Tafelbild (T1) entwickelt.</p> <p>Alternatives Vorgehen:            Falls sich aus den Präsentationen eine inhaltliche Diskussion um die Umsetzung der Menschenrechte in Deutschland ergibt, kann die Arbeit mit dem Animationsfilm entfallen. Falls die Zeit es zulässt, sollte dennoch über FEU eine Sicherung über das Tafelbild erfolgen. Ansonsten kann dieses auch als Kopie ausgegeben und kurz besprochen werden.</p>
<b>2. Was tun gegen Ausbeutung?</b>				
2	<p>... informieren sich über die Herstellung von Alltagsgütern in Schwellen- und Entwicklungsländern. Sie beurteilen diese Bedingungen und erarbeiten, wie sie anhand der Marktlogik in der Theorie Einfluss auf die Produktionsweisen von Unternehmen nehmen können.</p> <p>K4Se1: ... reflektieren ihr Verhalten.</p> <p>K3Fa1: ... erarbeiten die Produktionsbedingungen in der Textilindustrie Thailands.</p> <p>K4Se2: ... benennen Möglichkeiten des Einzelnen, auf das Vorgehen von Unternehmen Einfluss zu nehmen.</p>	Gemeinschaftskunde	<p>... reflektieren ihr Verhalten anhand folgender Fragestellung:            „Haben Sie schon einmal jemanden ausgebeutet?“</p> <p>... analysieren die Produktionsbedingungen in Schwellen- und Entwicklungsländern.</p> <p>... formulieren Möglichkeiten der Einflussnahme auf Unternehmen.</p> <p>... formulieren die Marktlogik der Produktion, wenn Konsumenten nur nach dem Preis entscheiden und wenn Konsumenten nach zusätzlichen Kriterien entscheiden. Hilfe dabei bieten die Produktsiegel.</p>	<p>Der Einstieg kann alternativ auch mit der Grafik „Slavery“ erfolgen, unter:  <a href="http://www.techbrarian.com/images/slaverynike1.jpg">http://www.techbrarian.com/images/slaverynike1.jpg</a></p> <p>(Hierfür konnten keine Nutzungsrechte eingeholt werden, sodass die Grafik direkt aus dem Internet abgerufen werden müsste.)</p> <p>Arbeitsblatt 2 veranschaulicht in einer Reportage die Arbeitsbedingungen junger Frauen in der Textilindustrie in Thailand.</p>

Std.	Ziele/Kompetenzen	Fach	Schüleraktivität	Medien/Materialien/Hinweise
<i>Die Schülerinnen und Schüler ...</i>				
<b>2. Was tun gegen Ausbeutung?</b>				
	<p>K8So1: ... reflektieren die Folgen ihres Verhaltens auf Basis des erarbeiteten Wissens zur Ausbeutung in der Produktion von Gütern, die wir alle nutzen.</p> <p>K11Fa1: ... erarbeiten, dass sie als Verbraucher über ihre Kaufentscheidung Macht ausüben können.</p> <p>K11Fa1: ... erkennen, dass dazu Information notwendig ist und können Mittel nennen, diese Information zu erhalten.</p> <p>K8Fa2: ... bewerten die niedrigen Löhne in der Bekleidungsindustrie in Ostasien.</p> <p>K11Se1: ... reflektieren ihr Handeln und diskutieren ihre mündigen Entscheidungen als Käufer.</p>		<p>... bewerten die Bedeutung der Lohnkosten für die Herstellung von Turnschuhen.</p> <p>... diskutieren, ob sie neben Preis und Aussehen weitere Kriterien bei ihrer Kaufentscheidung einfließen lassen werden.</p>	<p>Im FEU erarbeiten die Schülerinnen und Schüler, dass Unternehmen für Verbraucher produzieren und ihre Herstellungsweisen nach der Nachfrage richten: kaufen die Menschen nur nach dem Preis, muss die Herstellung möglichst billig sein, kaufen sie nach Umweltkriterien, werden die Unternehmen Bio-Produkte anbieten etc. Sicherung als Tafelbild 2.</p> <p>Folie 1 mit mehreren Beispielen für Produktsiegel.</p> <p>Die Grafik auf Arbeitsblatt 2 gibt die Anteile der Kostenfaktoren am Endpreis am Beispiel eines Turnschuhs an.</p> <p>Eine mögliche Hausaufgabe: Die Schülerinnen und Schüler sollen aus der Sicht einer Arbeiterin in der Reportage beschriebenen Textilfabrik nach einem durchschnittlichen Arbeitstag einen Tagebucheintrag verfassen.</p>
<b>3. Was kann Fair Trade leisten?</b>				
3	<p>... lernen die Ziele und Instrumente von Fair Trade kennen. Auf dieser Basis bewerten sie die Möglichkeit, mittels Fair Trade die Menschenrechte in der Praxis stärken zu können.</p>	Gemeinschaftskunde	<p>... äußern ihre Meinungen, ob Verbrauchermacht funktionieren kann.</p>	<p>Weiterführend ließe sich an dieser Stelle fragen: „Was sind Sie als Kunde bereit, für ein fair gehandeltes Produkt in Kauf zu nehmen?“</p>

Std.	Ziele/Kompetenzen	Fach	Schüleraktivität	Medien/Materialien/Hinweise
<i>Die Schülerinnen und Schüler ...</i>				
<b>3. Was kann Fair Trade leisten?</b>				
	<p>K1Fa3: ... können zentrale Inhalte zu Fair Trade aus unterschiedlichen Quellen erarbeiten.</p> <p>K1Fa4: ... können den aktuellen Umsatz und die Umsatzzuwächse von Fair Trade realistisch bewerten.</p> <p>K7Fa1: ... bewerten, wie durch den fairen Handel die Menschenrechte weltweit gestärkt werden können.</p> <p>K11Se2: ... reflektieren das Potenzial von Fair Trade zur Veränderung und formulieren Möglichkeiten des eigenen Handelns.</p>		<p>... erarbeiten aus unterschiedlichem Material das Konzept von Fair Trade.</p> <p>... beurteilen, ob Fair Trade</p> <p>a) nach Umsatz heute schon eine Lösung ist und</p> <p>b) in Zukunft bei den aktuellen Umsatzzuwächsen eine Lösung sein könnte.</p> <p>... bewerten, welche Menschenrechte durch Fair Trade gestärkt werden.</p> <p>... diskutieren, was sie von Fair Trade halten und ob es für sie im täglichen Kaufverhalten attraktiv ist.</p>	<p>Eine Lerntheke mit mehreren Ausgaben des kompletten Materials (Arbeitsblätter 3 bis 12; manche sollten doppelseitig/mit zwei Seiten auf einem Blatt im Querformat genutzt werden).</p> <p>Für die Marktzahlen ist besonders Arbeitsblatt 5 zu beachten.</p> <p>Die Ergebnisse dieser Arbeitsphase müssen gesichert werden (u. a. für die Stunden in Deutsch zur Erörterung). Ein Vorschlag dazu ist Tafelbild 3.</p> <p>Hier wird wieder auf Arbeitsblatt 1 aus der ersten Stunde zurückgegriffen. Nun haben die Schülerinnen und Schüler das Wissen, um die Spalte ganz rechts in der Tabelle sinnvoll ausfüllen zu können. Im Plenum werden die Ansichten der Schülerinnen und Schüler diskutiert.</p> <p>Hier muss man ergebnisoffen diskutieren. Viele Schülerinnen und Schüler haben aufgrund ihrer finanziellen Situation oft nicht die Möglichkeit, Fair-Trade-Produkte zu wählen. Noch nicht.</p>
<b>4. Marktforschung: Welches Marktvolumen/-potenzial hat nachhaltige Ware?</b>				
4	... analysieren anhand eines Diagramms die Umsatzentwicklung von Fair-Trade-Waren in D, erstellen eine Absatzprognose für den zukünftigen Absatz und reflektieren ihr Konsumverhalten in Bezug auf solche Waren.	Betriebswirtschaft	... analysieren im Plenum anhand eines Diagramms die weltweite Umsatzentwicklung fair gehandelter Ware. Es werden Vermutungen darüber angestellt, inwiefern die Ergebnisse auf D übertragbar sind.	Die verwendete Folie 2 wurde bereits in der Unterrichtseinheit 3 im Rahmen einer Lerntheke verwendet und dient somit der Wiederholung und Anknüpfung an das Fach GK.



Std.	Ziele/Kompetenzen	Fach	Schüleraktivität	Medien/Materialien/Hinweise
<i>Die Schülerinnen und Schüler ...</i>				
<b>4. Marktforschung: Welches Marktvolumen/-potenzial hat nachhaltige Ware</b>				
	<p>K1Fa5: ... werten zielgerichtet Markt-daten aus (Absatz Fair-Trade-Waren) und grenzen den relevanten Markt ab.</p> <p>K1Fa6: ... erstellen eine Markt-prognose für Fair-Trade-Produkte in Deutschland.</p> <p>K5So3: ... machen sich die Be-deutung fair gehandelter Ware im eigenen und fremden Konsumver-halten bewusst.</p>		<p>... werten im Klassenunterricht die Entwicklung des Umsatzes von Fair-Trade-Waren in Deutschland aus. Aus den Ergebnissen wird eine Prognose für die nähere Zu-kunft gestellt und die Bedeutung solcher Produkte für das Sortiment eines Händlers abgeleitet.</p> <p>... analysieren ihr eigenes Konsumverhalten und ihren Kenntnisstand in Bezug auf Fair-Trade-Waren.</p> <p>Im Rückblick sollte erkannt werden, dass die positive Entwicklung des Umsatzes weltweit auch in Deutschland ähnlich ausfällt.</p>	<p>Es kommt das Arbeitsblatt 13 mit einem Diagramm zum Umsatz mit Fair-Trade-Waren zum Einsatz. Die Ergebnisse der Aufgaben des Arbeitsblattes werden an der Tafel festgehalten und von den Schülerinnen und Schülern übernommen.</p>
<b>5. Produktpolitik: Sortiment eines Unternehmens um nachhaltige Ware aktualisieren</b>				
5/6	<p>... führen für das fiktive Handels-unternehmen Maier-Markt sorti-mentspolitische Maßnahmen durch, indem sie das Sortiment um selbst ausgewählte Fair-Trade-Artikel er-gänzen.</p> <p>K1Fa7: ... beschaffen themen-bezogenen Informationen (Fair-Trade-Waren) aus den gegebenen Internet-ressourcen.</p>	Betriebswirtschaft	<p>... analysieren im Klassenunterricht das Sortiment des Maier-Marktes und fügen den Beispielprodukten weitere hinzu.</p> <p>... arbeiten in ihren Gruppen in einer Recherche auf den Internet-seiten einschlägiger Anbieter von fair gehandelten Produkten ver-schiedene Artikel heraus, die sie in ihr Sortiment aufnehmen wollen.</p>	<p>Diese Unterrichtseinheit (1. Stunde) muss im DV-Raum durchgeführt werden! Mit einer Folie 3 wird der Maier-Markt vorgestellt und das Sortiment analysiert bzw. ergänzt.</p> <p>Der Lehrer erläutert die Ausgangssituation sowie den Auftrag der folgenden Stunden. Hierbei wird an den Ergebnissen der Marktforschung (zunehmende Nachfrage nach Produkten aus fairem Handel) angeknüpft. Er bildet Arbeitsgruppen à vier Personen und gibt das Arbeitsblatt 14 aus.</p>

Std.	Ziele/Kompetenzen	Fach	Schüleraktivität	Medien/Materialien/Hinweise
<i>Die Schülerinnen und Schüler ...</i>				
<b>5. Produktpolitik: Sortiment eines Unternehmens um nachhaltige Ware aktualisieren</b>				
	K10Fa2: ... führen aufgrund der Ergebnisse der Internetrecherche geeignete sortimentspolitische Maßnahmen durch, indem sie das Sortiment um Fair-Trade-Artikel ergänzen.		Um diese Produkte wird das Sortiment erweitert.  Die Gruppen stellen ihre Ergebnisse mithilfe beliebig ausgewählter Medien dar und präsentieren diese anschließend der Klasse.	Jede Gruppe sollte mindestens einen PC zur Verfügung haben. Zur Hilfe können Unterlagen aus dem BW-Unterricht verwendet werden.  Wegen der bewusst gewählten Offenheit der Ergebnisse kann hier keine konkrete Musterlösung gegeben werden.  Der kommende Auftrag (Präsentation der Ergebnisse vor der Geschäftsleitung des Maier-Marktes) wird zunächst mündlich und anschließend durch AB 15 ausgegeben.  Die Lehrkraft stellt die gewünschten Präsentationsmedien (Plakate, Kärtchen etc.) zur Verfügung. Je nach Möglichkeit kann auch eine Präsentationssoftware verwendet werden.
<b>6. Kommunikationspolitik: Erstellen eines Werbeplans für das neue Sortiment</b>				
7/8	... erarbeiten in ihren Gruppen einen Werbeplan für die von ihnen durchgeführte Sortimentsaktualisierung mit fair gehandelten Produkten für das Unternehmen Maier-Markt.  K11Fa2: ... erstellen einen Werbeplan für das um Fair-Trade-Produkte erweiterte Sortiment und nutzen hierbei insbesondere deren Merkmale als Verkaufsargument.	Betriebswirtschaft	Die wesentlichen Inhalte des Werbeplans werden im Plenum wiederholt, bevor die Gruppen die Arbeitsaufträge erhalten.  In den Gruppen der Vorstunde entwickeln die Schülerinnen und Schüler einen Werbeplan zur Bekanntmachung des um Fair-Trade-Artikel aktualisierten Sortiments.	Anhand der Einstiegsfolie (Folie 4) werden die neue Situation und der Arbeitsauftrag erläutert.  ... erhalten den konkreten Arbeitsauftrag auf einem Arbeitsblatt 16 ausgeteilt. Die Lehrkraft stellt die gewünschten Präsentationsmedien (Plakate, Kärtchen, Folien) zur Verfügung. Je nach Möglichkeit kann auch eine Präsentationssoftware verwendet werden, sofern die Infrastruktur dies zulässt.

Std.	Ziele/Kompetenzen	Fach	Schüleraktivität	Medien/Materialien/Hinweise
<i>Die Schülerinnen und Schüler ...</i>				
<b>6. Kommunikationspolitik: Erstellen eines Werbeplans für das neue Sortiment</b>				
	K6So2: ... reflektieren die Werbepläne der anderen Arbeitsgruppen und würdigen diese kritisch.		Die Ergebnisse werden auf einem geeigneten Präsentationsmedium festgehalten.  Die Werbepläne werden nun durch die Arbeitsgruppen vor der Geschäftsleitung des Maier-Marktes entsprechend des Arbeitsauftrages auf dem AB präsentiert. Nach der Präsentation der Ergebnisse haben die anderen Schülerinnen und Schüler die Möglichkeit, Rückfragen zu stellen und es besteht Möglichkeit zur Diskussion.	Die Lehrkraft leitet als Vorsitzender der Sitzung der Geschäftsleitung die Präsentation der Gruppenergebnisse. Eine gewünschte Diskussion wird durch den Lehrer geleitet.
<b>7. Eine Erörterung zum Thema verfassen</b>				
9/10	... sollen ihre Meinung zu Fair Trade überzeugend darlegen können.  K6Fa1: ... nennen Argumente, um die Wirkung von Fair Trade zu beurteilen.  K7So1: ... bewerten die Argumente, für/gegen Fair Trade.  K9Se1: ... formulieren eine Argumentation zu Wirkung/Wirkungslosigkeit von Fair Trade.	Deutsch	... zeigen durch einfaches Handzeichen, ob sie Fair Trade positiv, negativ oder neutral einschätzen.          ... sammeln Argumente für und gegen Fair Trade.	„Wie stehen Sie zu Fair Trade?“ Diese kleine Abfrage ist besonders dann hilfreich, wenn zwischen der inhaltlichen Bearbeitung des Themas in GGK und BW und der aktuellen Stunde etwas Zeit vergangen ist. Es kann auch sein, dass sich an dieser Stelle schon ein Gegensatz in der Klasse zeigt, der dann motivierend wirken könnte, die eigene Meinung gut zu vertreten.  Anhand einer Tabelle mit einer Pro- und einer Contra-Spalte sollen sie möglichst viele Argumente zu Fair Trade finden.

Std.	Ziele/Kompetenzen	Fach	Schüleraktivität	Medien/Materialien/Hinweise
<i>Die Schülerinnen und Schüler ...</i>				
<b>7. Eine Erörterung zum Thema verfassen</b>				
			<p>... gewichten ihre Argumente innerhalb der Großbereiche Pro und Contra nach der Qualität.</p> <p>... sammeln Belege zu ihren Einzelargumenten.</p> <p>... legen sich auf eine Position zu Fair Trade fest und formulieren eine Stellungnahme zum Thema.</p>	<p>Die Gewichtung der Argumente wird im Plenum vorgenommen, da so jeder alle Argumente mitbekommen und es zu jedem Punkt mehrere Einschätzungen der Überzeugungskraft des Arguments geben kann. Als Gewichtungskennzeichen bieten sich ++/+/0/-- an. Am Ende dieser Phase haben alle Schülerinnen und Schüler ihre Argumente bestimmt.</p> <p>Idealerweise bespricht man im Plenum an dieser Stelle Belege (Beweise, Beispiele) für einzelne Argumente. Diese helfen der Überzeugungskraft einzelner Punkte.</p> <p>Jetzt gibt die Lehrkraft die dialektische Struktur der Erörterung vor (Einleitung, Gegenposition in absteigender Qualität, Überleitungssatz, eigene Position in aufsteigender Qualität der Argumente, Schluss), in der die Schülerinnen und Schüler ihre Argumente ausformulieren.</p> <p>Die Ergebnisse werden im Plenum besprochen.</p>
<b>8. Evaluierung des Kompetenzzuwachses</b>				
11	<p>... sollen Aufschluss darüber geben, wie sich die Sequenz zu Fair Trade auf ihr Wissen und ihr Verhalten auswirkt.</p> <p>K10Se1: ... reflektieren ihre Handlungsfähigkeit und ihren Handlungswillen als mündige Verbraucher.</p>		<p>... beantworten einen Fragebogen mit Items zu den behandelten Inhalten.</p>	<p>Ein möglicher Erhebungsbogen ist im Lehrermaterial dieser Sequenz enthalten.</p> <p>Im Sinne einer Auswertungskonferenz (Mischen aller Bögen, jeder erhält einen anderen als den eigenen, so dass man anonym, aber im Plenum alle Antworten erfragen und an der Tafel auszählen kann) kann noch in derselben Stunde über die Ergebnisse gesprochen werden.</p>

# Unterrichtsmaterialien

Es werden folgende Materialien in chronologischer Reihenfolge  
entsprechend der unterrichtlichen Umsetzung verwendet:

Arbeitsblätter = **A**

Folien = **F**

Lösungsblätter = **L**

Tafelbilder = **T**

Evaluationsbogen = **E**

Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte – eine Checkliste  <b>Arbeitszeit: 15 Minuten</b>	Bewerten Sie in Ihrer Gruppe, inwieweit in Deutschland die aufgeführten Menschenrechte umgesetzt sind. Kreuzen Sie hierzu die entsprechende Spalte an. Die Spalte ganz rechts berücksichtigen Sie noch nicht.
---	---

Nr.	Inhalt des Artikels; Gegenstand des darin festgelegten Rechts	Die Umsetzung in Deutschland ist ...		
		eher erreicht	eher nicht erreicht	durch Fair Trade verbessert
1	Recht auf Würde, Freiheit, Gleichheit			
2	Freiheit von Diskriminierung			
3	Recht auf Leben, Freiheit und Sicherheit der Person			
4	Verbot der Sklaverei			
5	Verbot der Folter & erniedrigender Behandlung oder Strafe			
6	Anspruch auf Anerkennung der Rechtsfähigkeit			
7	Gleichheit vor dem Gesetz und Anspruch auf Schutz durch das Gesetz			
8	Anspruch auf Rechtshilfe bei Gericht			
9	Verbot willkürlicher Verhaftung oder willkürlicher Ausweisung			
10	Anspruch auf ein faires Gerichtsverfahren			
11	Garantie der Unschuldsvermutung			
12	Schutz der Privatsphäre			
13	Recht auf Bewegungsfreiheit im Inland; Recht das Land zu verlassen			
14	Recht auf Asyl			
15	Recht auf eine Staatsangehörigkeit			
16	Recht auf Eheschließung und Familie; Verbot von Zwangsehen			
17	Recht auf Eigentum; Schutz des Eigentums			
18	Gedanken-, Gewissens- & Religionsfreiheit			
19	Meinungs- & Informationsfreiheit			
20	Versammlungsfreiheit & Recht Vereinigungen zu bilden			
21	Politisches Wahlrecht; Recht gewählt zu werden; Wille des Volkes als Grundlage staatlichen Handelns			
22	Recht auf soziale Sicherheit			
23	Recht auf Arbeit, faire Arbeitsbedingungen & gerechte Entlohnung; freie Berufswahl; Recht auf Schutz vor Arbeitslosigkeit			
26	Recht auf Bildung			
27	Recht auf Teilnahme am kulturellen Leben			
28	Recht auf Umsetzung der Menschenrechte in einer sozialen internationalen Ordnung			
29	Pflicht, die Rechte der anderen zu achten			
30	Verbot die Menschenrechte so auszulegen, dass darin enthaltene Rechte verloren gehen			

Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte – eine Checkliste <sup>4</sup>	Bewerten Sie in Ihrer Gruppe, inwieweit in Deutschland die aufgeführten Menschenrechte umgesetzt sind. Kreuzen Sie hierzu die entsprechende Spalte an. Die Spalte ganz rechts berücksichtigen Sie noch nicht.
--	---

Nr.	Inhalt des Artikels; Gegenstand des darin festgelegten Rechts	Die Umsetzung in Deutschland ist		
		eher erreicht	eher nicht erreicht	durch Fair Trade verbessert
1	Recht auf Würde, Freiheit, Gleichheit		?	+
2	Freiheit von Diskriminierung		?	
3	Recht auf Leben, Freiheit und Sicherheit der Person	x		
4	Verbot der Sklaverei	x		+
5	Verbot der Folter & erniedrigender Behandlung oder Strafe	x		
6	Anspruch auf Anerkennung der Rechtsfähigkeit	x		+
7	Gleichheit vor dem Gesetz und Anspruch auf Schutz durch das Gesetz	x		
8	Anspruch auf Rechtshilfe bei Gericht	x		
9	Verbot willkürlicher Verhaftung oder willkürlicher Ausweisung	x		
10	Anspruch auf ein faires Gerichtsverfahren	x		
11	Garantie der Unschuldsvermutung	x		
12	Schutz der Privatsphäre		?	
13	Recht auf Bewegungsfreiheit im Inland; Recht das Land zu verlassen	x		
14	Recht auf Asyl		?	
15	Recht auf eine Staatsangehörigkeit	x		
16	Recht auf Eheschließung und Familie; Verbot von Zwangsehen	x		
17	Recht auf Eigentum; Schutz des Eigentums			
18	Gedanken-, Gewissens- & Religionsfreiheit	x		
19	Meinungs- & Informationsfreiheit	x		
20	Versammlungsfreiheit & Recht Vereinigungen zu bilden	x		
21	Politisches Wahlrecht; Recht gewählt zu werden; Wille des Volkes als Grundlage staatlichen Handelns	x		
22	Recht auf soziale Sicherheit	x		+
23	Recht auf Arbeit, faire Arbeitsbedingungen & gerechte Entlohnung; freie Berufswahl; Schutz vor Arbeitslosigkeit		?	+
26	Recht auf Bildung		?	+
27	Recht auf Teilnahme am kulturellen Leben	x		
28	Recht auf Umsetzung der Menschenrechte in einer sozialen internationalen Ordnung	x		+
29	Pflicht, die Rechte der anderen zu achten		?	
30	Verbot die Menschenrechte so auszulegen, dass darin enthaltene Rechte verloren gehen		?	

<sup>4</sup> Anmerkungen zur Nutzung des Arbeitsblattes: Die Spalte ganz rechts „durch Fair Trade verbessert“ kann erst im Lauf der dritten Stunde fundiert beantwortet werden. In Stunde 1 wird diese Spalte daher ausgespart. In Stunde 3 wird das AB noch einmal bearbeitet, indem die Schülerinnen und Schüler mit dem Wissen um das Wesen von Fair Trade einschätzen, ob dieses Handelskonzept einzelne Menschenrechte aus der Aufstellung stärkt.





Produktionsbedingungen in der Textilindustrie in Thailand  <b>Arbeitszeit: 10 Minuten</b>	Lesen Sie die vorliegenden Informationen aufmerksam durch. Finden Sie Möglichkeiten, das Verhalten von Konzernen wie Nike zu beeinflussen.
---	--

*Auszug aus dem Artikel „Weltmacht Nike“ von Dirk Korbjuweit, erschienen in Der Spiegel.*

*„Wenn die Thailänderin Ee in den vergangenen drei Jahren so richtig müde war, hatte sie Angst vor ihrem eigenen Gähnen. Müde wurde sie gegen ein Uhr morgens, wenn sie bereits 17 Stunden Kinderkleidung für Nike genäht hatte. Ihre Augen brannten, und sie musste gähnen – aber sie durfte nicht gähnen. Erwischte sie der Vorarbeiter, kostete das 500 Baht Strafe, umgerechnet zehn Euro, viel Geld für Ee. Der Vorarbeiter wollte, dass in dieser Fabrik alles den Anschein hatte, als wäre es ganz normal und gut erträglich, wenn jemand 17 Stunden arbeitet. Niemand sollte müde wirken. Also unterdrückte sie ihr Gähnen und nähte weiter. [...]*

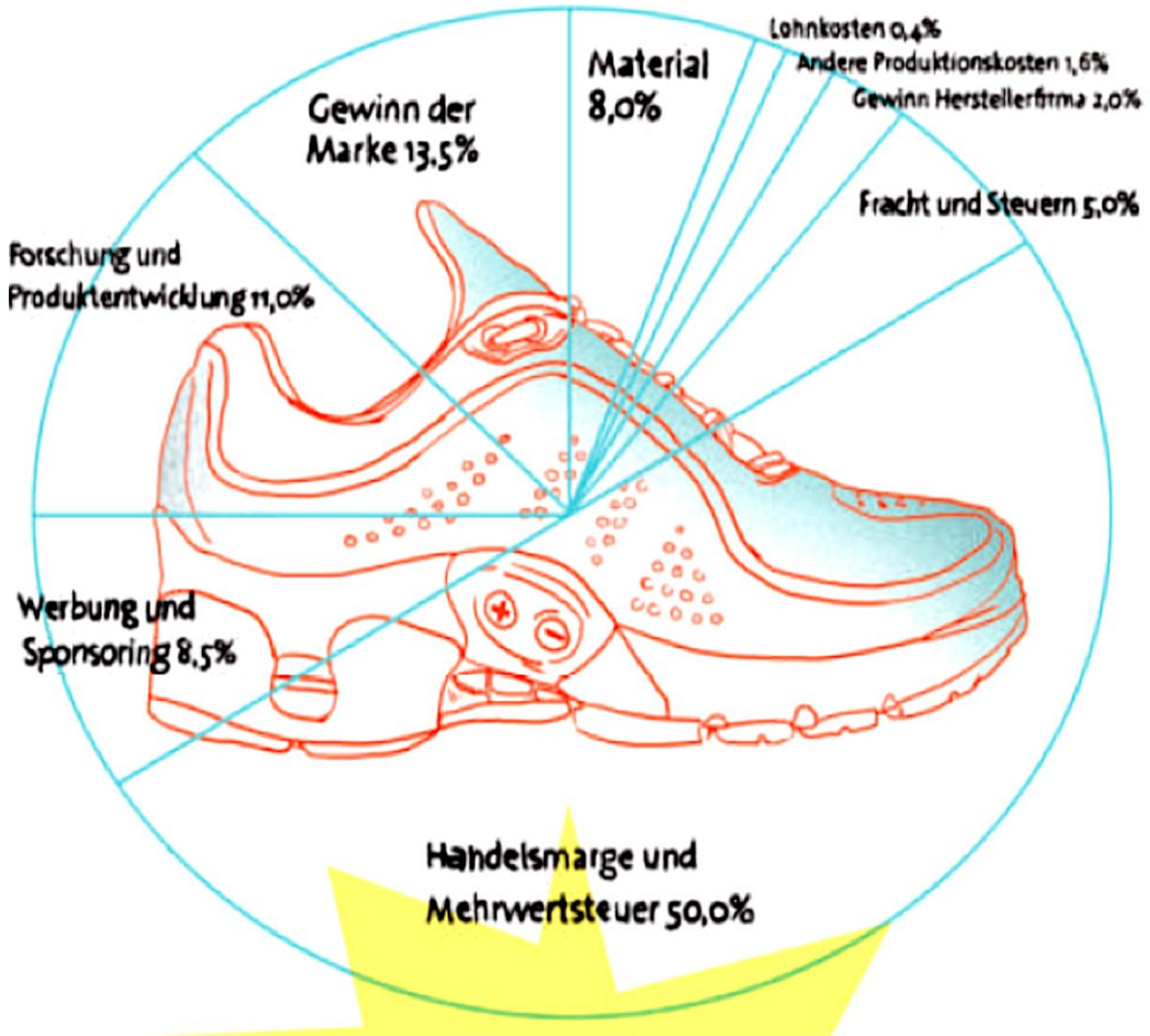
*Es sind vor allem junge Frauen, die für Nike im Süden arbeiten, Frauen wie Ee und Seng, die vor dem Ministerium für Arbeit protestieren. Ee ist 25 und war Näherin bei Bed & Bath. Seng ist 32 und war Aufseherin.[...] Manchmal, sagen sie, sei ein Kontrolleur von Nike gekommen und habe gefragt, wie viele Überstunden sie machen müssten. Nie mehr als zwei am Tag, versicherten sie treuherzig. Zuvor war der Vorarbeiter bei ihnen gewesen und hatte gesagt, dass die Wahrheit 5000 Baht Strafgeld koste. [...] Beide erzählen, dass sie fast jeden Tag 15 bis 18 Stunden gearbeitet haben. Wenn ein Liefertermin drängte, hätten sie rund um die Uhr arbeiten müssen – und danach sofort die nächste Schicht. [...] Viel arbeiten, wenig schlafen, keine Freizeit, das war das Leben von Seng und Ee. Sie hatten 13 Urlaubstage im Jahr.*

*Damit sie nicht müde würden, erzählt Seng, habe der Vorarbeiter die Fröhlichkeitsdroge Amphetamin in einer Flüssigkeit aufgelöst. Das hätten sie trinken müssen. So hatten sie auch bei Nacht gute Laune, danach allerdings schwere Depressionen, sobald die Wirkung der Droge nachließ. Amphetamine haben einen hohen Suchtfaktor. Seng und Ee haben Überstunden gebraucht, weil sie nur so auf ein Monatsgehalt von 11.000 Baht kommen konnten, umgerechnet 230 Euro. Geld ist extrem wichtig in ihrem Leben, weil es nie reicht.[...]*

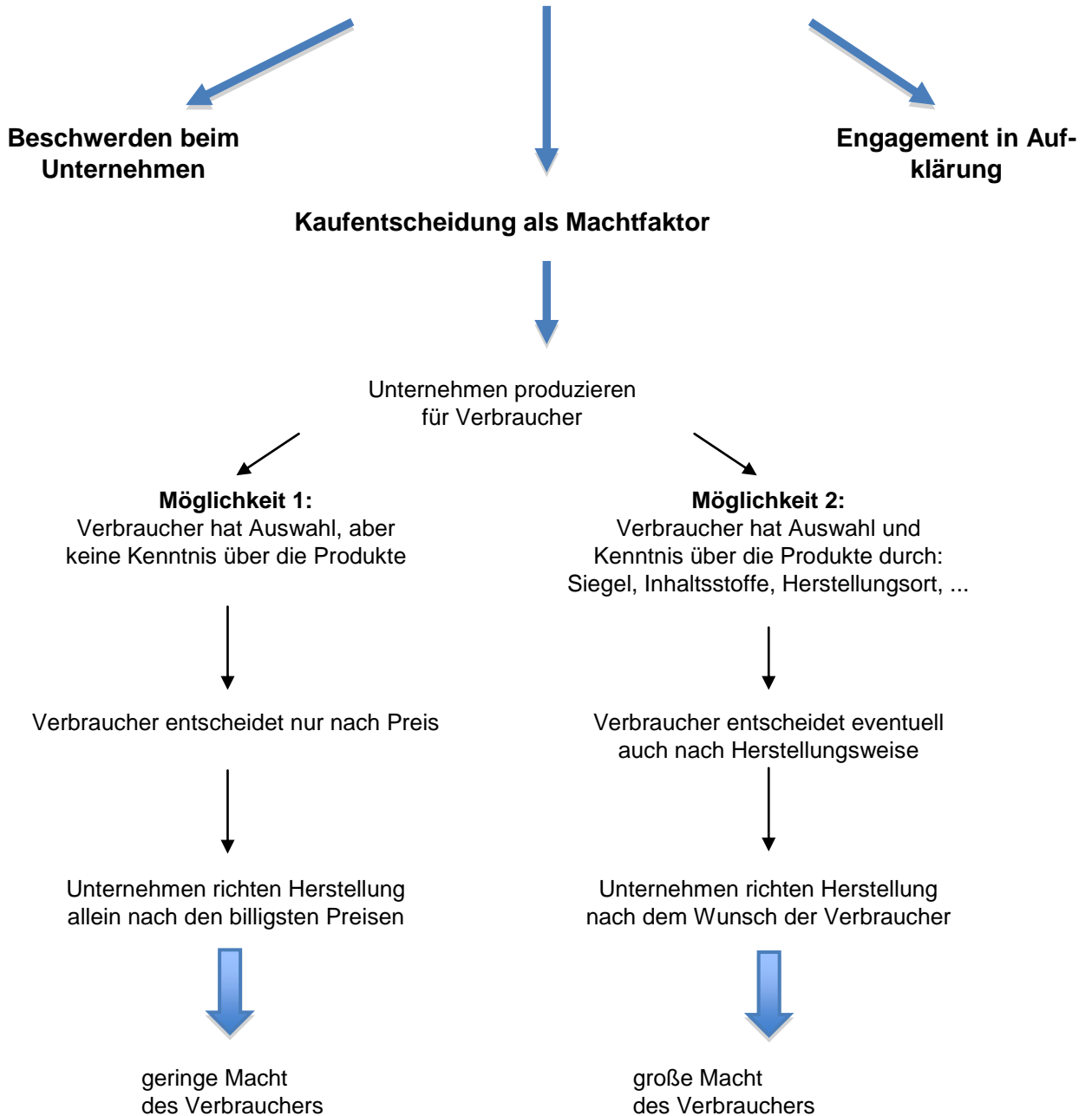
*Weil Seng und Ee und ihre Kolleginnen im Süden so genügsam sind, kostet die Fabrikation eines Schuhs nach einer Modellrechnung von Nike nur 6 Dollar. Im Laden wird er für 80 Dollar verkauft. Das schafft Spielraum für die teuren Imagekampagnen, die aus Schuhen und Hemden eine Lebenshaltung machen.“*

Quelle: Der Spiegel Nr. 27/2003.

So wird das Geld, das wir für einen Sportschuh ausgeben, aufgeteilt:



Was tun gegen Ausbeutung von Arbeitnehmern/innen?





## „Fairer Handel - für eine gerechte Welt!

Sind Sie heute schon auf Weltreise gewesen? Vermutlich nicht, dafür aber haben der Kaffee oder Tee zum Frühstück, die Banane in der Mittagspause und der Orangensaft samt Schokoriegel am Nachmittag einen langen Weg hinter sich – viele Produkte unseres täglichen Bedarfs kommen aus den so genannten Entwicklungsländern.



Sie werden hier sehr billig angeboten und das hat seinen Preis: Viele Menschen in den Anbauländern arbeiten unter unwürdigen Bedingungen oder erhalten für ihre Ernteerträge so niedrige Preise, dass nicht einmal die Produktionskosten gedeckt sind. Die Existenz von unzähligen Kleinbauern- und Arbeiterfamilien ist bedroht. Für sie setzt sich der Faire Handel ein. [...]

## Was ist Fairer Handel?

Anhand von Waren aus den Ländern des Südens macht der Faire Handel globale Zusammenhänge anschaulich und verständlich. Der Faire Handel möchte Sie ermutigen, sich für verantwortungsbewussten Konsum und für eine Veränderung der politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einzusetzen.



## Der Faire Handel

- ermöglicht vielen Kleinbauern und Arbeitern die Verbesserung ihrer Lebens- und Arbeitsbedingungen
- unterhält transparente und partnerschaftliche Handelsbeziehungen zu den Organisationen, die die Interessen der Produzenten vertreten
- schließt unfairen Zwischenhandel aus
- sichert die Rechte von Kindern und fördert die Gleichstellung der Geschlechter innerhalb der beteiligten Organisationen.
- fördert die Umstellung auf biologische Landwirtschaft
- leistet Bildungs- und politische Kampagnenarbeit, um die Regeln des Welthandels gerechter zu gestalten.“

Quelle: Forum Fairer Handel, unter: <http://www.forum-fairer-handel.de/> [26.06.2012]

## „FLO Fair Trade GmbH

### Transparenz und unabhängige Kontrolle

Um die Glaubwürdigkeit des Fairtrade-Siegels sicherzustellen, arbeitet die zuständige Zertifizierungsgesellschaft FLO-CERT GmbH mit einem unabhängigen, transparenten und weltweit konsistenten System, das den Anforderungen der DIN ISO Norm 65 folgt. ISO 65 ist heute die weltweit akzeptierte Akkreditierungsnorm für Zertifizierungsorganisation.

Die FLO-CERT GmbH stellt sicher, dass die Produkte mit dem Fairtrade-Siegel nach den internationalen Fairtrade-Standards produziert und gehandelt werden. Alle an der Fairtrade-Handelskette beteiligten Organisationen, Firmen, Produzentenorganisation, Exporteure und Importeure unterliegen dem strengen Kontrollsystem von FLO-CERT. Wichtigstes Kontrollinstrument ist in allen Bereichen die Durchführung und Auswertung von Inspektionen nach einheitlichen Verfahren. So wird sichergestellt, dass alle gesiegelten Produkte tatsächlich fair gehandelt wurden und die Mehreinnahmen den Produzentenorganisationen in den südlichen Ländern zufließen.“

Quelle: TransFair e.V., unter [http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/was-ist-fairtrade/struktur-und-organisationen/flo-cert-gmbh/?tx\\_jpageteaser\\_pi1\[backId\]=104](http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/was-ist-fairtrade/struktur-und-organisationen/flo-cert-gmbh/?tx_jpageteaser_pi1[backId]=104) [26.06.2012]

### „Inspektion und Zertifizierung

Die Zertifizierungsgesellschaft FLO-CERT überprüft vor Ort, ob bei Produzenten und Händlern die Fairtrade-Standards eingehalten und die sozialen, ökonomischen und ökologischen Standards erfüllt werden. Sie kontrolliert auch, dass die Produzentenorganisationen den festgelegten Mindestpreis und die Fairtrade-Prämie ausbezahlt bekommen.

FLO-CERT ist das unabhängige Zertifizierungsunternehmen von FLO. Das Unternehmen zertifiziert Produzenten und Händler in über 70 Ländern nach den Fairtrade-Standards. Dabei sind Inspektorinnen und Inspektoren in regelmäßigen Abständen vor Ort und überprüfen, ob die Fairtrade-Standards eingehalten werden.

Ohne eine erste Zertifizierung vor Ort kann keine Produzenten-Organisation zertifiziert werden. In Produzenten-Kooperativen sind oft hunderte oder tausende Bauern und Bäuerinnen zusammengeschlossen. Dadurch ist es FLO-CERT unmöglich, jeden einzelnen Bauer zu besuchen. Mit Hilfe von „Gruppen-Zertifizierungen“ wird zum einen die Kooperative überprüft, zum anderen werden Stichproben bei einzelnen Bauernfamilien gemacht, die der Kooperative angehören.

Der Zeitaufwand für die Kontrollen ist sehr unterschiedlich und abhängig von der Größe der Bauern-Kooperative, der Organisations-Struktur und der Anzahl der unterschiedlichen Produkte, die zertifiziert werden müssen. Bei kleinen Organisationen bleiben die Inspektoren meist vier Tage vor Ort, bei den größten Kooperativen kann die Kontrolle auch sechs bis sieben Wochen dauern.

Die Kosten der Zertifizierung sind abhängig von der Dauer der Überprüfung. Der Zertifizierungsbericht wird zur Auswertung an FLO-CERT geschickt. Den Entscheidungsprozess für die Vergabe der Fairtrade-Zertifizierung überwacht ein unabhängiges Zertifizierungs-Komitee.

Nachdem die Produzentenorganisation die Fairtrade-Zertifizierung erhalten haben, werden sie in einem jährlichen Rhythmus kontrolliert. Alle drei Jahre muss das Fairtrade-Zertifikat erneuert werden, das mit einer besonders umfangreichen Prüfung verbunden ist.“

Quelle: TransFair e.V., unter: <http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/inspektion-und-zertifizierung/> [26.06.2012]

TransFair Deutschland e.V. (Internetseite)

## Fairtrade weltweit



Mehr als 1,2 Millionen Kleinbauern und Arbeiter in über 60 Länder profitieren von Fairtrade.

### Zahlen und Fakten

Fairtrade wächst – und das nicht nur in Deutschland, sondern weltweit. In den letzten Jahren haben sich die Umsätze mit Fairtrade-Produkten verdreifacht und hunderte neue Produzenten-Gruppen konnten dem Fairtrade-System beitreten.

Durch die Unterstützung zahlreicher Konsumenten und Konsumentinnen konnten auch die Marktanteile von fair gehandelten Produkten in 20 Konsumenten-Ländern gesteigert werden. In einigen Ländern liegen sie für bestimmte Produkten sogar bei 20 bis 50 Prozent.

Der Marktanteil von Fairtrade-Bananen liegt in England beispielsweise bei über 20 Prozent und in der Schweiz sogar bei 50.



Mehr als 1,2 Millionen Kleinbauern und Arbeiter in über 60 Länder profitieren von Fairtrade.

### Produzenten profitieren von Fairtrade

2010 arbeiteten über 1000 Kleinbauernorganisationen und Plantagen weltweit mit den Fairtrade-Standards. Weitere 200 befanden sich zu diesem Zeitpunkt im Zertifizierungsprozess.

Dabei stammen circa 70 Prozent der Produkte von Kleinbauernorganisationen und 30 Prozent von Plantagen.

Rund 1,2 Millionen Kleinbauern, Arbeiterinnen und Arbeiter in über 60 Ländern profitieren direkt von den Vorteilen des Fairen Handels. Zusammen mit ihren Familien sind das rund sechs Millionen Menschen, die durch Fairtrade ihre Lebens- und Arbeitssituation verbessern können.



Mehr als 1,2 Millionen Kleinbauern und Arbeiter in über 60 Länder profitieren von Fairtrade.

### Fairtrade-Umsätze wachsen!

In den letzten Jahren sind die Umsätze von Fairtrade-Produkten pro Jahr weltweit im Durchschnitt um 40 Prozent gestiegen. 2009 lag der weltweite Umsatz bei 3,4 Milliarden Euro – eine Steigerung von 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Die größten Fairtrade-Märkte 2009 waren Großbritannien mit einem Jahresumsatz von 897 Millionen Euro und die USA mit einem Jahresumsatz von 851 Millionen Euro. Zu dieser Entwicklung trugen Deutschland mit 264 Millionen Euro (+26 Prozent), Österreich mit 72 Millionen (+zehn Prozent) und die Schweiz mit 180 Millionen (+sieben Prozent) Umsatz bei.

Weltweit gibt es mehr als 2.700 Fairtrade-Partnerfirmen, die Produkte mit dem Fairtrade-Siegel auszeichnen dürfen.

<http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/fairtrade-weltweit/> [26.06.2012]

## „Was ist Fairer Handel?

Egal auf welchem Kontinent oder in welchem Land: Menschen wollen mit ihrer Arbeit mindestens so viel verdienen, dass sie davon leben können.

Wenn ein Bauer trotz harter körperlicher Arbeit seine Familie nicht ernähren kann, dann liegt das zum Teil auch an ungerechten Welthandelsstrukturen. Im Fairen Handel sind die Strukturen anders: Die Produkte werden zu fairen Bedingungen hergestellt und importiert. Im Mittelpunkt stehen die Produzentinnen und Produzenten, denn: Der Faire Handel ist mehr als Import und Vertrieb von Produkten. Er gibt den Menschen hinter den Produkten ein Gesicht. Ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen zu verbessern, ist das Ziel des Fairen Handels. [...]



Beim Fairen Handel geht es nicht nur um den Warenhandel, sondern es geht auch darum, auf politischer Ebene für mehr Gerechtigkeit einzutreten. Zwar ist der Faire Handel nicht die Lösung für alle Probleme dieser Welt, aber er bietet benachteiligten Produzenten eine Möglichkeit, ihre Produkte unter fairen Bedingungen zu vermarkten. [...]

## Was ist fair am Fairen Handel?

Viele verbinden mit dem Fairen Handel die Zahlung eines fairen Preises. Damit ist gemeint, dass für bestimmte Produkte ein Fairtrade-Mindestpreis garantiert wird. Für diese Produkte muss er immer gezahlt werden – egal, wie niedrig der Weltmarktpreis liegt. Darüber hinaus wird für viele Produkte auch eine Fairtrade-Prämie bezahlt. Die zu Genossenschaften zusammengeschlossenen Bauern entscheiden selbst, wofür die Fairtrade-Prämie verwendet wird, z.B. für:

- Bau von Trinkwasserbrunnen
- Bau oder Renovierung von Straßen / Schulen
- Medizinische Versorgung
- Fortbildungen



## **Mehr als nur ein fairer Preis:**

Der Fairtrade-Mindestpreis ist ein Mindestkriterium. Fairer Handel heißt aber sehr viel mehr:

Es gelten partnerschaftliche Prinzipien wie z.B. langfristige und möglichst direkte Handelsbeziehungen. Bei Bedarf erhalten die Genossenschaften schon vor der Lieferung eine Anzahlung, die so genannte Vorfinanzierung. Auch die Umstellung auf biologische Landwirtschaft wird im Fairen Handel stark gefördert.

Für viele Bauern ist es schwierig, ihre Ware zu vermarkten. Oft fehlt es an den einfachsten Dingen wie zum Beispiel einer Transportmöglichkeit der Produkte. Durch den Zusammenschluss in Genossenschaften haben die Bauern die Möglichkeit, ihre Produkte zu vermarkten, sich fortzubilden und für ihre Rechte einzutreten.

Außerdem sind im Fairen Handel ausbeuterische Kinderarbeit und Zwangsarbeit ausgeschlossen. Angestellte auf Plantagen und in Fabriken erhalten eine angemessene Bezahlung und profitieren unter anderem von Schutzkleidung, bezahltem Urlaub und sozialer Vorsorge – alles Dinge, die bei uns selbstverständlich sind. In den Industrienationen leisten viele engagierte Menschen Bildungs- und politische Arbeit, um die Verbraucher zu informieren und langfristig ungerechte Weltwirtschaftsstrukturen abzubauen.

## **Wer produziert fair?**

Alle fair gehandelten Produkte stammen von Produzentengruppen, die den internationalen Fair-Handels-Grundsätzen verpflichtet sind.

Die Produzentengruppen sind entweder Genossenschaften oder abhängig Beschäftigte in der Landwirtschaft oder in Fabriken. Bei der Herstellung von Kunsthandwerk handelt es sich häufig um Kleingruppen oder Familienbetriebe. [...]

## **Die Konsumenten entscheiden mit**

Alle Konsumenten entscheiden durch ihr Einkaufsverhalten mit, welchen Stellenwert faire Arbeits- und Lebensbedingungen im weltweiten Handel haben. Nur dank ihnen ist der Faire Handel möglich. Je mehr Menschen den Fairen Handel auch mit dem Kauf fair gehandelter Produkte unterstützen desto gerechter geht es im weltweiten Handel zu.“

Quelle: Fair Trade e.V./ GEPA, unter:

<http://www.fairtrade.de/index.php/mID/1.1/lan/de> [26.06.2012]

## Definition des Fairen Handels

Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt.

Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung.

Fair-Handels-Organisationen engagieren sich (gemeinsam mit VerbraucherInnen) für die Unterstützung der ProduzentInnen, die Bewusstseinsbildung sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.

*(Definition der internationalen Dachorganisationen des Fairen Handels FLO e.V., WFTO und EFTA)*

Quelle: Fair Trade e.V./ GEPA, unter:  
<http://www.fairtrade.de/index.php/mID/1.1/lan/de> [26.06.2012]

## :WAS IST EIGENTLICH FAIR AM FAIREN HANDEL?

- Garantierter Mindestpreis + Fairtrade-Aufschlag = Verkaufspreis für den Erzeuger  
Der garantierte Mindestpreis deckt die Produktionskosten und Löhne der Erzeuger. Er liegt deutlich über dem Weltmarktniveau. Zusätzlich erhalten die Erzeuger einen Fairtrade-Aufschlag.
- Erlöse aus dem Verkauf von fair gehandelten Produkten kommen den Erzeugern zugute und werden zum Beispiel für den Bau von Schulen und Trinkwasserbrunnen ausgegeben.
- Illegale Kinderarbeit ist in Projekten des Fairen Handels verboten.

Fair gehandelte Bananen – der Erlös aus ihrem Verkauf fließt den Erzeugern zu.



## :WAS GIBT ES AUS DEM FAIREN HANDEL ZU KAUFEN?

Die Auswahl an fair gehandelten Produkten ist groß. Hier einige Beispiele:

- Lebensmittel wie Kakao, Schokolade, Bananen, Honig, Bonbons, Kaffee und Tee
- Kunsthandwerkliche Erzeugnisse und Spielzeug wie Fußbälle, Puppen, Spiele
- Textilien wie T-Shirts, Pullover, Kleider, Sandalen, Teppiche

Neben Kaffee und Tee werden viele weitere Produkte aus Fairem Handel angeboten.



## :WO GIBT ES FAIR GEHANDELTE PRODUKTE ZU KAUFEN UND WIE ERKENNE ICH SIE?

-  In mehr als 800 deutschen Weltläden sowie im Versand- und Naturkosthandel werden Produkte aus Fairem Handel angeboten. Ebenfalls erhältlich sind sie in über 22.000 Supermärkten und den Lebensmittelabteilungen vieler Kaufhausketten.
-  Erkennbar sind fair gehandelte Produkte am international gültigen Fairtrade-Siegel. Für Deutschland vergibt die gemeinnützige Siegelorganisation TRANSFAIR das Logo nach strengen Regeln, die den internationalen Standards im Fairen Handel entsprechen. Die Einhaltung dieser Standards wird regelmäßig vor Ort kontrolliert.
-  Firmensiegel wie „Fairkauf“ und „Hand in Hand“ kennzeichnen die fair gehandelten Produkte bestimmter Firmen, die mit den Erzeugern eigene Regeln für den Fairen Handel vereinbart haben.
-  Ausführliche Informationen rund um den Fairen Handel bietet die Homepage [www.oeko-fair.de](http://www.oeko-fair.de)



## :WER MACHT DIE FAIR GEHANDELTEN PRODUKTE – UND AUF WELCHE WEISE?

- ☉ Erzeuger der Waren sind Kleinbauern, die oft in Genossenschaften oder Kooperativen organisiert sind sowie Landarbeiter, die auf Plantagen tätig sind. Sie leben in Entwicklungsländern.
- ☉ In den Erzeugerbetrieben werden internationale Arbeits- und Sozialstandards eingehalten.
- ☉ Sie arbeiten unter umwelt- und gesundheitsverträglichen Bedingungen. Der Einsatz von Chemikalien, Pestiziden und Düngemitteln wird vermieden.
- ☉ Sie besitzen das Recht, sich zu organisieren – zum Beispiel in Gewerkschaften – und das Recht auf Mitbestimmung, etwa wenn es um die Verwendung des Fairtrade-Aufschlags geht.

Auf dieser Plantage wird  
Kaffee nach den Regeln des  
Fairen Handels angebaut.



## :WELCHE PFLICHTEN HABEN IMPORTEURE UND HANDELSGESELLSCHAFTEN?

Auch Importeure und Handelsgesellschaften müssen Pflichten erfüllen:

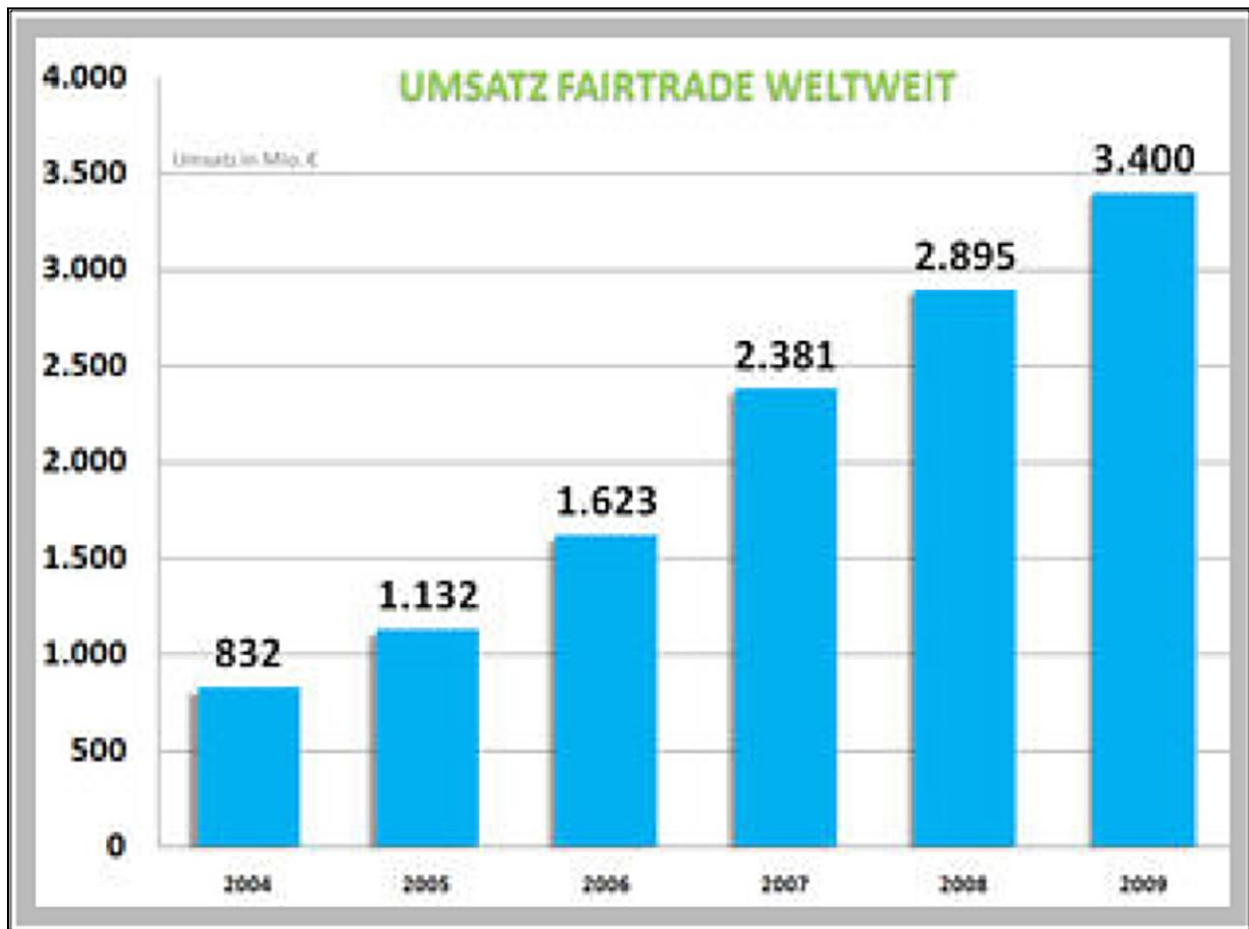
- ☪ Sie bezahlen einen garantierten Mindestpreis, der deutlich über dem Weltmarktniveau liegt, und einen Fairtrade-Aufschlag.
- ☪ Sie garantieren den Erzeugern, mit ihnen über einen längeren Zeitraum zusammenzuarbeiten, und geben ihnen damit Planungssicherheit.
- ☪ Sie kaufen direkt beim Erzeuger ein und machen keine Geschäfte mit Zwischenhändlern.
- ☪ Auf Wunsch des Erzeugers zahlen sie einen Teil des Kaufpreises schon im voraus aus – so kann der Erzeuger die Kosten für Produktion und Erntearbeit decken, ohne sich zu verschulden.

Erzeuger und Importeure von fair gehandelten Produkten pflegen oft langjährige Geschäftsbeziehungen.



<b>Was kann Fair Trade leisten?</b>	
<b>Ziele</b>	Gutes Geld für gute Produkte, Lebensqualität der Produzenten erhöhen, Mitbestimmung/ Gerechtigkeit für die Produzenten
<b>Mittel</b>	mehr Geld für die Produzenten bessere Produktionsbedingungen (z.B. keine Kinderarbeit), große Transparenz für Produzenten und Kunden, Respekt und Kooperation statt reinem Gewinnstreben, Infrastruktur für die Menschen aufbauen (z. B. Schulen)
<b>Bereiche/ Produkte</b>	vorwiegend Lebensmittel, auch Kleidung, Bälle...
<b>Bisherige Ergebnisse</b>	+ Anteil am Handel steigt, ist aber in absoluten Zahlen noch sehr gering + die Verbraucher haben die Wahl, etwas verändern zu können



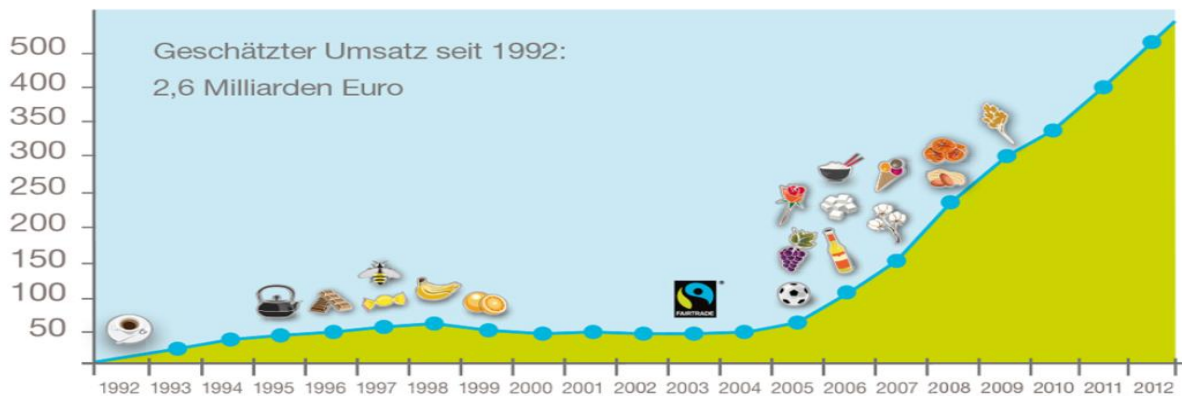


Anmerkung: Umsatz in Mio. € pro Jahr

Quelle: <http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/fairtrade-weltweit/> [10.03.2013]

## Umsatz mit fair gehandelten Produkten

Umsatz von Fairtrade-zertifizierten Produkten in Deutschland (in Mio. EUR)\*



Quelle: <http://www.fairtrade-deutschland.de/produkte/absatz-fairtrade-produkte/> [10.03.2013]

## Aufgaben

1. Betrachten Sie das Diagramm und halten Sie die wesentlichen Sachverhalte mit wenigen Worten fest.
2. Werten Sie das Diagramm aus (Sekundärforschung). Ermitteln Sie, wenn möglich, Veränderungen des Umsatzes in Euro und Prozent.
3. Versuchen Sie aus ihren Erkenntnissen eine Marktprognose für den Markt fair produzierter Produkte in den kommenden Jahren (in Deutschland) zu erstellen. Errechnen Sie, welcher Umsatz (in Euro) in den Jahren 2012 und 2013 möglich wäre, wenn die Zunahme genauso groß wäre wie von 2010 auf 2011.
4. Überlegen Sie, welche Konsequenzen ein Händler aus den im Diagramm dargestellten Entwicklungen ziehen könnte.
5. Überlegen Sie in Einzelarbeit, welche Produkte aus fairem Handel Sie bereits gekauft haben und halten Sie dies auf Ihrem Arbeitsblatt fest. Notieren Sie ebenfalls, von welchen weiteren Produkten aus diesem Bereich Sie bereits gehört haben.

## Lösungsvorschlag: Umsatz mit fair gehandelten Produkten

1. Das Diagramm zeigt die Umsatzentwicklung für Produkte mit dem Fairtrade-Siegel in Deutschland zwischen 1992 und 2011.
2. Der Umsatz fair gehandelter Produkte ist in Deutschland im Betrachtungszeitraum insgesamt stark angestiegen. Seit Anfang der 1990er Jahre bis 2005 stieg der Umsatz zwar nur leicht, zwischen 2005 und 2011 hingegen wesentlich stärker an. Der Grafik kann entnommen werden, dass 2005 der Umsatz bei ca. 70 Mio. Euro, 2010 bei ca. 340 Mio. Euro und 2011 bei ca. 400 Mio. Euro lag.

Der Umsatzzuwachs lag zwischen 2005 und 2011 somit bei etwa 330 Mio. Euro bzw. über 470 Prozent.

3. Aus dem stetigen und steilen Wachstum des Umsatzes mit fair gehandelten Produkten in Deutschland kann abgeleitet werden, dass das Marktpotential auch in Zukunft vorhanden sein wird und der Umsatz weiter steigen wird. Wenn man den Zuwachs von 2010 auf 2011 einer Prognose zugrunde legt, kann 2012 mit 460 Mio. Euro und 2013 mit 520 Mio. Euro gerechnet werden.
4. Ein Händler könnte in diesem Anstieg der Nachfrage nach fair produzierten Produkten die Chance sehen, sein Sortiment in diesem Bereich zu erweitern bzw. sich sogar auf den Handel mit solchen Waren zu spezialisieren. Dass dieser Trend tatsächlich aufgegriffen wird, zeigen die mittlerweile vielfältigen Angebote verschiedener Handelsunternehmen, von Discountern bis zu Warenhäusern.
5. Lösung: schülerindividuell.

## Maier-Markt

*Der Supermarkt in Ihrer Nähe*

Der Maier-Markt ist ein Handelsunternehmen, das 250 Supermärkte in Süddeutschland betreibt. Das Sortiment des Unternehmens beinhaltet die typischen Waren eines Supermarktes. Der Warenbereich Lebensmittel gliedert sich in folgende Warengruppen mit vielfältigen Artikeln:

- Frischeprodukte: Bananen, Äpfel
- Molkerei- und Tiefkühlprodukte: H-Milch, Tiefkühlspinat
- Trockensortiment: Kaffee, Nudeln
- Getränke: Limonade, Bier
- Süßwaren und Gebäck: Chips, Kaubonbons

Daneben werden in dem kleinen Warenbereich Haushalt und Hygiene Artikel wie Spülmittel und Zahnpasta angeboten.

**Ergänzen Sie zu den einzelnen Warengruppen weitere konkrete Artikel, die sie in einem ähnlichen Supermarkt finden.**

### **Situation:**

Die Unternehmensleitung des Maier-Marktes hat durch verschiedene Marktforschungsstudien sowie Nachfragen eigener Kunden erkannt, dass im Angebot fair gehandelter Produkte ein enormes Absatzpotenzial steckt. Dementsprechend soll das eigene Sortiment um fair gehandelte Artikel erweitert werden.

Sie sind Angestellte des Unternehmens Maier-Markt und werden von der Unternehmensleitung beauftragt, zusammen mit drei weiteren Kollegen das Sortiment wie gewünscht zu erweitern.

Vorgaben für die Arbeit:

- Gruppen à vier Personen bilden
- Recherche im Internet durchführen (Zeit: 35 Minuten)
- Ergebnisse mit einem Präsentationsmedium darstellen (20 Minuten)
- Präsentation der Ergebnisse vor der Unternehmensleitung (25 Minuten)

# Maier-Markt

*Der Supermarkt in Ihrer Nähe*

**Arbeitsauftrag: Informationsbeschaffung**

Arbeitsgruppe Nr. \_\_\_\_ Mitglieder: 1 \_\_\_\_\_  
Team-Name: \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_  
Sprecher: \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_  
Zeitwächter: \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

## Arbeitsauftrag:

1. Geben Sie Ihrer Gruppe zunächst einen Namen und bestimmen Sie einen Sprecher sowie einen Zeitwächter (zur Einhaltung der vorgegebenen Zeit). Tragen Sie die jeweiligen Namen ein!
2. Recherchieren Sie auf der Internetseite von Fairtrade Deutschland direkt nach Produkten bzw. über die dort angebotenen Informationen für Unternehmen (über Links) bei den Partnerfirmen (bspw. gepa, el puente, dwp): <http://www.fairtrade-deutschland.de/>

Es kann auch über Suchmaschinen (bspw. google.de) nach Produkten aus fairem Handel, die in das Sortiment des Unternehmens Maier-Markt passen würden, gesucht werden.

3. Wählen Sie aus Ihren Ergebnissen passende Artikel aus und führen Sie damit Produktdifferenzierungen (ca. 10) und -diversifikationen (ca. 5) im Sortiment des Unternehmens Maier-Markt durch.

**Zeit: 35 Minuten**

Platz für Notizen:

# Maier-Markt

*Der Supermarkt in Ihrer Nähe*

**Arbeitsauftrag:**      **Ergebnispräsentation**

**Arbeitsgruppe Nr.** \_\_\_\_

**Team-Name:** \_\_\_\_\_

## **Situation:**

Ihre Arbeitsgruppe hat den Auftrag, neue Produkte zur Veränderung des Sortiments zu finden, ausgeführt. Nun steht die Präsentation Ihrer Arbeitsergebnisse vor der Geschäftsleitung an. Die Geschäftsleitung setzt sich aus Ihrer Lehrkraft und Ihren Mitschülern zusammen.

## **Arbeitsauftrag:**

1. Stellen Sie Ihre Ergebnisse in einem Kurzvortrag mit einem geeigneten Präsentationsmedium vor. Sie können hierzu eine Präsentationssoftware verwenden und anschließend per Beamer präsentieren. Daneben stehen Ihnen aber auch die Medien Plakat, Kärtchen, Flipp-Chart oder Folie zur Verfügung. **Zeit: 20 Minuten**
2. Präsentieren Sie Ihre Ergebnisse vor der Geschäftsleitung und geben Sie diese danach ab. **Zeit pro Gruppe: ca. 3 Minuten**

Platz für Notizen:

## Maier-Markt

*Der Supermarkt in Ihrer Nähe*

Beim Handelsunternehmen Maier-Markt sind die Planungen zur Erweiterung des Sortiments um fair gehandelte Produkte mittlerweile beendet. Die Unternehmensleitung plant, die neuen Artikel in zwei Monaten in allen Filialen anzubieten. Bis zu diesem Zeitpunkt soll das neue Angebot bei der Bevölkerung bekannt gemacht werden.

Sie haben in der letzten Zeit zusammen mit drei weiteren Kollegen das Sortiment wie gewünscht erweitert. Als Mitglied der Marketing-Abteilung erhalten Sie den Auftrag, einen Werbeplan zur Einführung der neuen Produktgruppe zu entwickeln.

Wesentliche Inhalte des Werbeplans sind:

- Werbeziel
- Werbeobjekt
- Streukreis
- Werbebotschaft
- Werbemittel und Werbeträger
- Streuzeit und Streugebiet
- Werbeetat
- Erfolgskontrolle

Rücken Sie in Ihrer Arbeit insbesondere die Merkmale der neuen Produkte in den Mittelpunkt (Verkaufsargument)!

### **Vorgaben für die Arbeit:**

- Zusammenfinden in den bekannten Gruppen
- Entwickeln des Werbeplans (Zeit: 25 Minuten)
  - Orientierung auch an Unterrichtsmaterialien/BWL-Buch
  - Geeignetes Präsentationsmedium, bspw. Folie, Plakat
- Präsentation der Ergebnisse vor der Unternehmensleitung (beinhaltet Diskussion) (35 Minuten)
- Bewertung der Gruppen und Auswertung der Ergebnisse (15 Minuten)

# Maier-Markt

*Der Supermarkt in Ihrer Nähe*

**Arbeitsauftrag:**      **Einen Werbeplan entwickeln**

**Arbeitsgruppe Nr.** \_\_\_\_      **Team-Name:** \_\_\_\_\_

## **Situation:**

Ihre Arbeitsgruppe hat den Arbeitsauftrag, einen Werbeplan für die von Ihnen erarbeitete Sortimentsveränderung bei Maier-Markt zu entwickeln. Der Werbeplan wird im Anschluss der Geschäftsleitung vorgestellt. Die Geschäftsleitung setzt sich aus Ihrer Lehrkraft und dem Rest der Klasse zusammen. Gemeinsam wird letztlich durch eine Abstimmung das beste Gesamtkonzept ermittelt.

## **Arbeitsauftrag:**

1. Erstellen Sie in Ihrer Gruppe einen Werbeplan für Ihre Sortimentsveränderung bei Maier-Markt. Die Inhalte des Werbeplans sind:
  - Werbeziel
  - Werbeobjekt
  - Streukreis
  - Werbebotschaft
  - Werbemittel und Werbeträger
  - Streuzeit und Streugebiet
  - Werbeetat
  - Erfolgskontrolle

Rücken Sie in Ihrer Arbeit insbesondere die Merkmale der neuen Produkte in den Mittelpunkt (Verkaufsargument)!

Halten Sie Ihre Ergebnisse für einen Kurzvortrag auf einem geeigneten Präsentationsmedium fest. Hierzu stehen Ihnen folgende Medien zur Verfügung: Plakat, Kärtchen, Flipp-Chart oder Folie. **Zeit: 25 Minuten**

2. Präsentieren Sie anschließend Ihre Ergebnisse vor der Geschäftsleitung und geben Sie diese danach ab. Fassen Sie jedoch zunächst nochmals in wenigen Stichworten die Grundzüge Ihrer Sortimentsentscheidungen zusammen. Zeit pro Gruppe: ca. 3 Minuten



## Datenerhebung zur Unterrichtseinheit Fairer Handel

Nr.	Item	Trifft zu	Trifft nicht zu
1	Vor der Unterrichtseinheit Fairer Handel waren mir die Zusammenhänge zwischen meinem Konsum und Produktionsweisen bereits bewusst.		
2	Ich kann die Zusammenhänge zwischen Produktion und meinem Konsumverhalten anderen erklären.		
3	Ich kannte vorher keine Erkennungszeichen für faire Produkte.		
4	Ich kenne jetzt Möglichkeiten, wie ich selbst für bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen der Produzenten eintreten kann.		
5	Ich finde Fair Trade insgesamt sinnvoll.		
6	Ich werde fair produzierte Produkte nicht kaufen.		
7	Ich weiß, woran ich fair gehandelte Produkte erkennen kann.		
8	Ich finde, in Supermärkten gibt es zu wenige fair gehandelte Produkte.		
9	Ich werde andere auf fair gehandelte Produkte aufmerksam machen.		
10	Ich halte Fairen Handel als Marketinginstrument für größeren Umsatz im Handel nicht für sinnvoll.		
11	Ich glaube Fairer Handel ist eine gute Möglichkeit, um die Produktionsweisen bestimmter Güter positiv zu verändern.		
12	Ich halte das Angebot von fair gehandelten Produkten für ein gutes Mittel, mit dem sich Unternehmen von Mitbewerbern abgrenzen können.		
	Was ich noch sagen wollte:		

**Weitere Informationen,  
Links und Quellen**

## Lehrerbegleitmaterial

Informationen rund um das Thema Fair Trade bietet TransFair – Verein zur Förderung des Fairen Handels mit der „Dritten Welt“ e.V. unter folgendem Link: <http://www.fairtrade-deutschland.de/>

Daneben gibt es weitere Informationen beim Forum Fairer Handel, unter <http://www.forum-fairer-handel.de>, bei Die VERBRAUCHERINITIATIVE, unter <http://www.verbraucher.org>, bei Fair Trade e.V./ GEPA, unter <http://www.fairtrade.de> und auch ein Besuch bei der Bundeszentrale für Politische Bildung unter <http://www.bpb.de> lohnt sich bei diesem Thema.

Das Entwicklungspädagogische Informationszentrum in Reutlingen (EPIZ) bietet viele verschiedene Leistungen zum Thema Globales Lernen und Bildung für Nachhaltige Entwicklung an, bspw. Vermittlung von Referenten, Seminare, Bibliothek oder das Globale Klassenzimmer. Kontakt unter: <http://www.epiz.de>.

## Grundlegende methodische Hinweise

Ein zentrales Ziel bei der Erstellung des Unterrichtsmaterials und der Planung der vorliegenden Stundensequenz war, dass diese leicht und unter Alltagsbedingungen in einer Schule nutzbar ist. Insbesondere auf den Einsatz nicht überall schnell verfügbarer Medien oder Computer wurde zugunsten einfach handhabbarer Arbeitsblätter bewusst verzichtet. Ausnahme ist die Unterrichtseinheit fünf, in der im Internet recherchiert werden soll. Hier ist der Einsatz von Computern mit Internetanschluss zwingend notwendig. An Stellen, an denen der Medieneinsatz/ die Computernutzung einen erkennbaren Mehrwert haben, wurden sie dennoch eingeplant. Manche Arbeitsblätter sind entweder zweiseitig (vorne/ hinten) oder als zwei nebeneinanderliegende DIN A5-Seiten im Querformat auf einer DIN A4-Seite konzipiert, weil sie mehr Information bieten, als auf einer Seite sinnvoll unterzubringen ist.

Der Verzicht auf umfassende Techniknutzung in dieser Sequenz heißt nicht, dass Lehrer/innen, die leicht auf die entsprechende technische Infrastruktur zurückgreifen können, diese nicht nutzen sollten. So lassen sich die Präsentationsphasen dieser Sequenz ohne Weiteres auch als PowerPoint-Variante durchführen und Folien durch Farbausdrucke unter einem Visualizer ersetzen.

Im Bereich der Stunden der Sortimentspolitik und Kommunikationspolitik im Fach Betriebswirtschaft wird hier bewusst ein sehr offener Arbeitsauftrag gestellt, um den Schülerinnen und Schülern das vielfältige Angebot in unterschiedlichen Produktbereichen vor Augen zu führen. Dies erschwert folglich auch die Möglichkeit, dem Lehrer eine Musterlösung zu geben. Vielmehr stellt diese Offenheit eine Chance auf vielfältige Lösungen dar.

Die Reihenfolge der geplanten elf Unterrichtseinheiten sollte gewahrt bleiben, da mehrere Stunden inhaltlich aufeinander aufbauen.

## Überprüfung des Kompetenzzuwachses

Nach durchgeführter Gesamtsequenz findet ein inhaltliches Feedback in Form einer Schülerabfrage statt. Die gewählten Items der Abfrage geben Aufschluss über den von den Schülern selbst erlebten Kompetenzzuwachs. Ob dieser real umgesetzt wird (z. B. in Form einer Änderung des Einkaufsverhaltens), kann innerhalb der Schule kaum überprüft werden.

Spannend kann auch ein Selbsttest sein, inwiefern der eigene Konsum Ausbeutung in anderen Weltregionen voraussetzt. Dazu gibt es einen interessanten Ressourcenverbrauchsrechner unter <http://slaveryfootprint.org>. Leider nur in englischer Sprache.

## Quellen und Bildnachweise

- Animationsfilm „Menschenrechte“ mit Genehmigung von WissensWerte, unter: <http://www.e-politik.de/lesen/wissenswerte-animationsclips-zur-politischen-bildung/>
- Reportage zur Textilproduktion in Thailand aus: Der Spiegel Nr. 27/ 2003.
- Grafik zu den Anteilen der Produktionsfaktoren am Endpreis eines Turnschuhs aus "fluter" mit Genehmigung durch Dirk Schmidt, kontaktierbar unter <http://www.wasmachtdirk.de>.
- Grafik „Slavery“ abrufbar unter: <http://www.techbrarian.com/images/slaverynike1.jpg> (nicht Teil der Materialsammlung).
- Siegel „Der Blaue Engel“ mit Genehmigung des Umweltbundesamtes.
- Fair-Trade-Siegel mit Genehmigung von TransFair e.V.
- Naturland-Siegel mit Genehmigung von Naturland – Verband für ökologischen Landbau e.V., unter <http://www.naturland.de/>
- Text „Fairer Handel für eine gerechte Welt“ mit Genehmigung des Forums Fairer Handel, unter <http://www.forum-fairer-handel.de>
- Texte „FLO – Fair Trade GmbH“, „Inspektion und Zertifizierung“, „Fairtrade weltweit“ mit Genehmigung von TransFair e.V., unter <http://www.fairtrade-deutschland.de>
- Texte „Was ist Fairer Handel“, „Definition des Fairen Handels“ mit Genehmigung von Fair Trade e.V., unter <http://fairtrade.de>
- Texte „Was ist eigentlich fair am fairen Handel?“, „Was gibt es aus dem fairen Handel zu kaufen?“, „Wo gibt es fair gehandelte Produkte zu kaufen und wie erkenne ich sie?“, „Wer macht die fair gehandelten Produkte – und auf welche Weise?“, „Welche Pflichten haben Importeure und Handelsgesellschaften?“ mit Genehmigung von Die VERBRAUCHERINITIATIVE e.V., unter <http://verbraucher.org>
- Diagramm „Umsatz von Fairtrade-zertifizierten Produkten in Deutschland“ mit Genehmigung von Trans Fair e.V. unter: <http://www.fairtrade-deutschland.de/produkte/absatz-fairtrade-produkte/>