éducation21
Bildung für Nachhaltige Entwicklung
Education en vue d´un Développement Durable
Educazione allo Sviluppo Sostenibile
Furmaziun per in Svilup Persistent

BNE für die Schulpraxis
ventuno
2020
02
Markt und Werte

Interview Marco Geronimi Stoll | Gründer des Netzwerks smarketing.it und ehemaliger Werbefachmann | ROGER WELTI

BNE, ein Gegenmittel gegen den verschwenderischen Markt

Für Marco Geronimi Stoll muss Bildung unbedingt nachhaltig sein. Durch die Vermittlung von BNE-Kompetenzen können Lehrpersonen einen verantwortungsvollen, reflektierten Konsum der auf dem Markt verfügbaren Produkte fördern, und ebenso eine kritische Auseinandersetzung mit Werbung.

Auf welchen Werten beruhen unsere Kaufentscheidungen?
Auf schwachen Werten! Unsere Kühl- und Küchenschränke quellen über vor Lebensmitteln, die wir nicht essen und schliesslich wegwerfen: Welch ein Material- und Energieverschleiss! Wieso haben wir sie dann gekauft?

Es liegt nicht am Wert der Dinge, sondern am Unwertgefühl des Käufers. Die Werbebranche weiss, dass ein glücklicher Mensch nicht viel braucht. Deshalb versucht sie, uns unzufrieden zu machen: Sie suggeriert uns, wir seien zu wenig jung, schön, sportlich, sexy, charismatisch. Kaufen tröstet uns, wenn wir eine gewisse Leere empfinden.

Früher war der Händler ein Kulturvermittler, von dem wir Wissenswertes zur Qualität eines Produkts erfuhren. Heute kennen wir den Wert von konsumierten Waren nicht mehr: Die Werber erschaffen einen sogenannten «Brand», die «künstliche Persönlichkeit» einer Marke. Was wir kaufen, ist der «Brand», ein immaterielles Gut; das Produkt selbst ist kaum noch von Belang.

Im Marketing wurde früher häufig mit der Zurschaustellung von Statussymbolen gearbeitet. Das funktioniert heute weniger. Nun beachten wir die Likes in den sozialen Medien und werden zu unbeholfenen Selbstvermarktern. Wir als Konsumenten werden selbst zum «Brand», zur Ware. Im Supermarkt stellen wir uns in diesem Kleidungsstück oder beim Essen jenes Gerichts vor: Wir kaufen ein «potenzielles Ich». Wir geniessen es, ein Produkt aus dem Regal zu nehmen und in den Einkaufswagen zu legen, denn letztlich sind wir immer noch Jäger und Sammler. An der Kasse ist das Vergnügen schon geringer und beim Auspacken zu Hause ist die Ware nur noch etwas, das Platz wegnimmt.

Die Werbung beeinflusst unsere Entscheidungen, formt unsere Erwartungen: Sind wir uns der Mechanismen bewusst, die hier wirken?
Wir alle glauben, Werbung beeinflusse uns nicht. Doch zu fast allen Kaufentscheidungen werden wir verleitet. Die Werbung funktioniert also, ohne dass wir es merken. Im Internet und in den sozialen Medien werden zum Beispiel akribisch Informationen über mich gesammelt, um mir Interessantes anzubieten.

Im Quartierladen kaufe ich einfach Brot, Bohnen und zwei Äpfel. Im Supermarkt nehme ich zehnmal so viel mit, weil ich von der Markenwerbung im Fernsehen beeinflusst bin. Online kaufe ich zwanzigmal mehr, da mich Botschaften verführen, die ge-

nau auf mich zugeschnitten sind. Alles in allem gebe ich im Quartierladen viel weniger aus, weil ich nur kaufe, was ich brauche. Der einzelne Apfel kostet zwar das Doppelte, ist aber besser: Sein Preis deckt die Arbeit des Händlers und des Bauern, während ich bei Markenprodukten eine versteckte Gebühr von 20 bis 50 Prozent für das Marketing bezahle.

Wie erleben die Menschen die Werbung als Bürgerinnen und Bürger oder als Konsumenten?
In uns allen stecken eine kritische Bürgerin und ein verschwenderischer Konsument, die wir je nach Situation hervorholen. Oft sind wir kritisch: Wir kaufen heute häufig nach ökologischen, gesundheitsbezogenen oder ethischen Kriterien ein. Dieser Anteil lässt sich steigern, doch wir müssen aufpassen: Auch multinationale Unternehmen geben sich heute grün oder ethisch, um mehr zu verkaufen!

Das Ausmass des Konsumdenkens hängt von verschiedenen Faktoren ab: Gebildete kaufen weniger; wer kaum Freunde hat, kauft mehr. Einen starken Einfluss kann die Gemeinschaft haben: Lebt mein Umfeld nach dem Grundsatz «Nichts gehört mir wirklich, wenn ich es nicht reparieren kann», bessere ich gerne etwas aus, statt es wegzuwerfen und etwas Neues zu kaufen. Fährt mein Umfeld Velo, lasse auch ich das Auto lieber stehen.

Welche alternativen Konsummodelle kann eine Lehrperson heranziehen, um das Thema in der Schule anzusprechen?
Wir tauschen Spielsachen und Zeitschriften, fördern solidarische Einkaufsgemeinschaften oder die gemeinsame Nutzung von Verkehrsmitteln und Geräten. Die Gemeinschaft ist stärker als das Individuum. In diesem Sinn ist auch die Schule eine Gemeinschaft mit zwei wichtigen Funktionen: den Kindern eine kritische Haltung gegenüber dem Marketing vermitteln und die wahren Werte stärken.

Schon Kinder und Jugendliche treffen Kaufentscheidungen. Welche Kompetenzen benötigen sie, um in diesem grossen «Markt» agieren zu können?
Von den vielen Möglichkeiten der Schule möchte ich drei nennen. Zunächst Strategien entwickeln, die darauf ausgerichtet sind, dass sich Kinder selbst gefallen, indem die Stereotypen von Schönheit aufgebrochen werden; daraus ergibt sich die Kompetenz: Ich bin schön, weil ich lebendig bin. Dann Strategien, um sich stark zu fühlen: Mein Velo ist besser als ein Ferrari, denn Dinge sind nur eine Prothese meines Körpers; die Kompetenz besteht im Spüren der eigenen Muskelarbeit und in der Freude daran. Schliesslich Strategien zur Förderung des Vorstellungsvermögens: In der Schule ist es ab und zu hilfreich, innezuhalten, die Augen zu schliessen, hinzuhören, andere Sinne zu schärfen. Leider kommen einfache Aktivitäten wie Augenschliessen und Visualisieren aus der Mode, obwohl sie heute notwendiger denn je sind. Sich selbst gefallen, den eigenen Körper spüren, der Fantasie freien Lauf lassen: Auch das sind Kompetenzen! Sie waren dem Menschen seit jeher angeboren, doch heute müssen wir sie in der Schule vermitteln: Schuld daran ist das Marketing.

Wie lassen sich solche Kompetenzen in der Schule stärken? Kennen Sie ein gutes Praxisbeispiel? Welche Praktiken sind Ihnen positiv aufgefallen?
Die Schule steht in Konkurrenz zum Marketing. Das Wort Konkurrenz benutze ich nicht zufällig: Die Schule fördert die Selbstachtung, die Identität, eine kritische Haltung, das Schönheitsempfinden, Empathie, Synästhesien, Kreativität. Sie dämmt hingegen Falsches, Schein, frustrierten Narzissmus, Konkurrenz und Isolation ein und steht somit dem Konsumdenken entgegen.

Als Beispiel fällt mir das bekannte «Znüni mit Brot und Olivenöl» von Maria de Biase an einer Schule in Süditalien ein. Das gute Brot und Öl aus der Region sind gesund und umweltfreundlich: Wozu also ein industriell hergestelltes Fertigznüni? Die Kinder nehmen ihre Wassertrinkflaschen und das Geschirr von zu Hause mit. Tiefkühlprodukte und Einwegplastik sind in der Kantine verboten. Aus Altöl produziert die Schule Seife. Zudem wurden Kompostanlagen gebaut und Gemüsegärten angelegt. Auch an vielen Schulen der «Transition Towns»[1] sind solche Aktivitäten verbreitet; im Internet finden sich Hunderte von Beispielen.

Können die Grundsätze und Kompetenzen von BNE hilfreich sein, um das Thema Markt in der Schule anzusprechen?
Für mich ist BNE einfach Bildung: Ohne Ausrichtung auf Nachhaltigkeit gibt es keine Bildung. Diese Kompetenzen wirken wie ein Gegenmittel, ein Schutz gegen ein Wirtschaftsmodell, das auf Verschwendung basiert und dem Planeten schadet.

Wenn ich mir auf dem Portal von éducation21 die Schemas mit den BNE-Kompetenzen ansehe, freue ich mich: Damit werden die geheimen Verführer in Schach gehalten und das BIP der Familien erhält Auftrieb! Die Anstrengungen, mit denen die Eltern ihr Geld verdienen, müssen wieder wahrgenommen werden. Das verbessert die Lebensqualität und die Sparsamkeit.

Mehr Informationen im Videointerview:
www.education21.ch/de/testimonials/marco-geronimi-stoll

1. Die Bewegung der Städte im Wandel wurde 2006 vom Umweltschützer Rob Hopkins gegründet. Sie möchte die Gemeinschaften darauf vorbereiten, die zweifache Herausforderung anzugehen, die sich aus der globalen Erwärmung und dem Ölfördermaximum ergibt. Nähere Informationen *www.transition-initiativen.org*

Inhalt

1–2 **Interview** | Marco Geronimi Stoll

1. und 2. Zyklus
4–5 **Praxisbeispiel**
«Wenn wir tauschen, dann sind beide froh»
6–7 **Bildungsangebote zum Thema**

8–9 **Fokus**
Markt der Ideen, der Dinge, der Fähigkeiten

3. Zyklus und Sekundarstufe II
10–11 **Praxisbeispiel**
Welche Schoggi soll's denn sein?
12–13 **Bildungsangebote zum Thema**

14 **Neue Bildungsangebote**

15 **Aktuell**
Unterstützung für BNE-orientierten Fernunterricht
ERFA BNE: Wie leben wir BNE als Schule?

16 **Seitenblick**
Teilen macht Spass – oder etwa nicht?

Impressum
Herausgeberin éducation21, Monbijoustrasse 31, 3011 Bern, T 031 321 00 21, info@education21.ch | **Erscheinungsweise** Nummer 2 von Mai 2020 | jährlich 3 Ausgaben | Die nächste Ausgabe erscheint im September 2020
Publikation und Koordination Claudio Dulio und Lucia Reinert | **Redaktion** Claudio Dulio (Leitung D-CH), Zélie Schaller (Leitung F-CH), Roger Welti (Leitung I-CH)
Übersetzungen Irene Bisang, Inter-Translations SA
Fotos und Illustrationen Public domain (S.1, 15, 16), Roger Welti (S. 2), Pierre Gigon (S. 3), Claudio Dulio (S. 4, 5), Nora Ryser (S. 8-9), Laurette Heim (S. 10, 11),
Gestaltung visu'l AG (Konzept), atelierarbre.ch (Überarbeitung)
Layout und Produktion Isabelle Steinhäuslin
Abonnement Das Abonnement ist ein kostenloses Angebot für alle an BNE interessierten Personen in der Schweiz. Bestellung auf *www.education21.ch* > Kontakt.
Facebook, Twitter: education21ch, #e21ch | ventuno@education21.ch
ventuno online *www.education21.ch/de/ventuno*

éducation21 Die Stiftung éducation21 koordiniert und fördert Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE) in der Schweiz. Sie wirkt im Auftrag der Erziehungsdirektorenkonferenz (EDK), des Bundes und der Zivilgesellschaft als nationales Kompetenzzentrum für die Volksschule und die Sekundarstufe II.

RECYCLED Papier aus Recyclingmaterial FSC® C016087

Editorial

Konsum verändert die Welt

Haben Sie sich letztens Kleider gekauft? Ein T-Shirt etwa, ein Paar Turnschuhe oder einen Sommerrock? Und wurden Sie – egal ob im Laden oder im Online-Shop – rasch fündig? Stiessen Sie genau auf das, was Sie suchten: die hochwertige Feincordhose in Marinblau etwa, aus fair gehandelter Biobaumwolle? Oder schlugen Sie schliesslich doch beim Schnäppchen zu: dem leicht taillierten Longsleeve aus Elasthan mit dem Logo einer Kleidermarke, die Sie zuvor nicht kannten?

Oder kauften Sie gar beides?

Ein Fakt ist: Wer einkauft, hat die Qual der Wahl. Das Angebot ist schier unendlich. Die Marktwirtschaft von heute bedient den Kaufenden mit allem, was sein Herz begehrt. Und mit vielem mehr, von dem das Herz gar nicht wusste, dass es dies begehrt.

Ein weiterer Fakt ist: Der Markt richtet sein Angebot nach der Nachfrage aus. Je häufiger ein Produkt gekauft wird, umso mehr wird es hergestellt. Als Folge davon entstehen und verschwinden – im Laufe der Zeit – Waren, Produktlinien, Marken; Geschäfte, Unternehmen, Branchen; Arbeitsplätze, Fabriken, Berufe; Strassen, Hochseeflotten, Flughäfen; Qualitätsnormen, Gesetze, Arbeitsbedingungen; und werden hier und anderswo Ressourcen abgebaut, Energie verbraucht, die Umwelt in Anspruch genommen.

Was im täglichen Konsumerlebnis untergeht: Was wir kaufen, verändert die Welt. Kaufentscheide haben Folgen, und wir tragen die Verantwortung dafür.

Die gute Nachricht ist: Wir haben nicht nur unser Portemonnaie in der eigenen Hand, sondern zugleich die Chance, die Welt nach unserem Gusto zu gestalten. Dies dank bewusster Kaufentscheide. Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE) ist ein Weg dorthin: Sie will Schülerinnen und Schüler an Kompetenzen und Wissen heranführen, damit sie verantwortungsbewusste Konsumentscheide fällen für eine nachhaltige Gestaltung der Welt.

In dieser ventuno-Ausgabe zum Thema «Markt und Werte» gingen wir deshalb den Fragen nach: Was kaufe ich? Wieso? Und was ist es mir wert? Dabei stiessen wir auf spannende Themen, die einen BNE-orientierten Unterricht fördern: wie etwa die Rolle von Werbung, den Stellenwert von Wahlfreiheit und Alternativen zum Kaufen.

Ich garantiere Ihnen: Ihre nächste Shoppingtour wird vor dem Hintergrund dieser Fragen nicht einfacher. Doch Sie werden mit Ihrem Einkauf zufriedener sein.

Claudio Dulio | Redaktion ventuno

Kinderhort in Zürich-Albisrieden | CLAUDIO DULIO

«Wenn wir tauschen, dann sind beide froh»

Nachhaltiges Glück bedingt auch nachhaltigen Konsum. Die Ausstellung «Global Happiness» im Museum Naturama in Aarau gab acht Drittklässlern aus Zürich Gelegenheit darüber zu diskutieren, was sie wieso einkaufen und welche Folgen dies hat. Über ihr Essen oder ihr Spielzeug führte die Debatte zu verantwortungsvollem Einkaufen, Familientraditionen und globalen Zusammenhängen – mit dem Ziel zu lernen, Entscheidungen aus eigener Überzeugung zu treffen.

An der Museumswand steht ein Baum mit 17 Elementen. Jedes Element steht für eines der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen («SDGs»). Achim steht auf einem Hocker und liest seinen Mitschülern den Text zu Ziel 12 «Verantwortungsvoller Konsum und Produktion» vor. Der Text ist für die Kinder nicht leicht verständlich. Hortleiterin Anna Pfaffen nennt deshalb konkrete Beispiele, die die Kinder aus ihrem Alltag kennen. «Ihr besitzt doch Spielzeug aus Plastik», sagt die Pädagogin. Die Schüler nicken. «Bis ihr es kaufen könnt, hat das Spielzeug schon viel Luftverschmutzung verursacht: bei der Produktion in einer Fabrik irgendwo auf der Welt, beim Transport mit Schiff und Lastwagen bis zum Laden. Und wenn ihr es wegwerft, dann wird es verbrannt und der Rauch geht in die Atmosphäre.»

Reduzieren, reparieren, tauschen

Die Drittklässler sollen nun Vorschläge machen, wie sie dies verhindern könnten. «Wir könnten ganz einfach weniger Sachen aus Plastik kaufen», sagt Jackson. Achim findet, vieles könnte man ja reparieren statt es wegzuwerfen, insbesondere Elektrogeräte. «Und wenn ich ein Spielzeug nicht mehr brauche, kann ich es ja mit einem Freund gegen eines tauschen, das ich will.» Dieser Vorschlag gefällt Dominik besonders: «Das Beste ist: Wenn wir tauschen, dann sind ja beide froh!»

Genau darum geht es in der Ausstellung: Glücklich sein – oder präziser: nachhaltiges Glück. Bis zur Diskussion vor dem SDG-Baum hatten die Kinder viele Aspekte zum Thema kennengelernt. Einmachgläser gefüllt mit Symbolfiguren von Flugreisen, neuen Schuhen oder einem Einfamilienhaus regten sie etwa zu Überlegungen an, auf was sie im Leben verzichten könnten; oder sie entdecken Fotos und Drehtafeln mit Menschen aus der ganzen Welt und ihre Projekte für mehr Nachhaltigkeit.

Nachhaltiges Glück

Die Ausstellung «GLOBAL HAPPINESS: Was brauchen wir zum Glücklichsein?» von Helvetas geht der Frage nach, wie nachhaltiges Glück aussehen könnte. Auf interaktive und spielerische Art wird aufgezeigt, was Menschen persönlich und sozial, ökologisch, wirtschaftlich und politisch brauchen, um glücklich zu sein, was wir unter Glück überhaupt verstehen und wie wir ihm auf die Sprünge helfen können. Schulen und Klassen können die Ausstellung geführt besuchen; für selbstständige Besuche stellt Helvetas auf ihrem Webportal Unterrichtsmaterialien und Vertiefungsliteratur bereit.

Die Ausstellung weilt aktuell in Vaduz FL, danach in Genf (6. November 2020 bis 21. März 2021) und Lausanne (9. April 2021 bis 10. Oktober 2021). Anschliessend sind Besuche in Zürich, Bern und in weiteren Städten der Deutschschweiz geplant.

www.helvetas.org/de/schweiz/was-sie-tun-koennen/dran-bleiben/ausstellungen/global-happiness

Indem sie mögliche Wege zu nachhaltigem Handeln aufzeigt und darüber redet, will Anna Pfaffen die Kinder dazu motivieren, Verantwortung zu übernehmen. «Empowerment ist für mich zentral», erläutert sie. «Ich will, dass die Schülerinnen und Schüler sich selbst als zukünftige Erwachsene ansehen und sich wertschätzen.» Das tut sie, indem sie an Aktivitäten Sensibilisierungsflächen bietet, sich Fragen und Bedürfnisse anhört und mögliche Antworten und Handlungsoptionen anbietet. «Auf dieser Grundlage können sie schliesslich Entscheidungen treffen und sich in einem konstruktiven Rahmen selbstverwirklichen.»

Der vegane Tag

Besonders treibt die acht Schüler heute das Thema Ernährung um. Anna Pfaffen hatte den Ausflug zum veganen Tag erklärt. Das Thema wurde bereits im Zug diskutiert, zum Zmittag gab es dann Sandwiches mit Gemüseaufstrich, Gemüseplätzli und Zitronenkuchen. Die Ausstellung gab viele weitere Impressionen zum Thema Ernährung, die nun im Kreis besprochen werden.

Das Thema Markt kommt ins Spiel bei der Frage, wieso Menschen bereit sind, für Bio-Produkte mehr Geld zu bezahlen als für konventionelle Lebensmittel. Jacksonkennt das Thema von zu Hause und kann dazu viel sagen: «Wenn wir Bio-Produkte kaufen, wissen wir, dass sie vom Bauern und sicher sind! Sie enthalten keine künstlichen Aromen und weniger Zusatzstoffe. Ich finde auch, dass sie besser schmecken.» Dennoch werden auf dem Markt Nicht-Bio-Produkte angeboten. «Wieso?», fragt die Pädagogin. Weil die Verkäufer Geld verdienen müssen, lautet eine Antwort. Und weil einige sich das teurere Essen nicht leisten können oder nicht wissen, dass die Bio-Produkte besser für die Umwelt sind, sagen andere.

Gewohnheiten aufdecken

Der vegane Tag macht einigen der Schüler auch bewusst, dass sie zu Hause sehr oft Fleisch essen – bis zu dreimal am Tag. Die Konfrontation der Kinder mit Gewohnheiten und Traditionen findet Anna Pfaffen sehr wichtig: «Die Schülerinnen und Schüler leben in einer Familienkultur, nach der sie sich orientieren.» Es ginge um Emanzipation und Partizipation: «Indem Lehrpersonen ihnen alternative Sichtweisen und Optionen aufzeigen, sehen die Kinder: Es geht auch ganz anders!» Ob sie einen anderen Weg beschreiten als den gewohnten, sei nicht entscheidend. «Aber sie haben die Wahl und können auch die Verantwortung für ihre Entscheide übernehmen.»

BNE-Akzente

Der Besuch der Ausstellung ermöglicht es Schülerinnen und Schülern, Nachhaltige Entwicklung über mehrere thematische Zugänge anzupacken: **Gesellschaft**, **Umwelt und natürliche Ressourcen**, **Gesundheit**, **Wirtschaft und Konsum**, **globale Entwicklung**.

Die Kinder und Jugendlichen können sich dabei wichtige BNE-Kompetenzen aneignen. Sie entdecken Zusammenhänge zwischen Menschen, Gesellschaftsteilen und der Umwelt und lernen so, **vernetzt zu denken** und mit **Komplexität umzugehen**. Dies ermöglicht es ihnen, **vorausschauend zu denken**, im Alltag **Handlungsspielräume zu nutzen** und **Verantwortung zu übernehmen** für ihre Entscheidungen. Schliesslich werden sie sich der Existenz **fremder Werte** bewusst, **wechseln die Perspektiven** und berücksichtigen dies in ihren Reflexionen.

Lernmedium

WÜNSCHEN – TAUSCHEN – HANDELN

Autorinnen Judith Arnold, Sarah-Jane Conrad, Anne-Marie Gafner Knopf
Verlag Schulverlag plus AG
Jahr 2018
Materialtyp Broschüre/Heft, 50 Seiten
Schulstufe Zyklus 1

Das Dossier «WÜNSCHEN – TAUSCHEN – HANDELN» orientiert sich stark an der Lebenswelt der Kinder. Mit Rollenspielen wie «am Postschalter», «Verkäuferliladen» oder «im Bistro» sammeln die Kinder Erfahrungen, an die sie in weiteren Lernprozessen anknüpfen können. Nach dem Rollenspiel werden in einem Gespräch wirtschaftliche Begriffe eingeführt und das Spielgeschehen wird gemeinsam reflektiert. Untersuchungen zeigen nämlich, dass Kinder wirtschaftliche Situationen ganz anders wahrnehmen als Erwachsene. Oftmals begreifen sie die dazugehörigen wirtschaftlichen Konzepte nicht. Wie werden Preise festgelegt? Wie wurde das Produkt produziert? Was ist Arbeit? Was heisst Lohn? Viele Lehrpersonen fühlen sich zudem unwohl beim Gedanken, die Schüler/-innen so früh mit wirtschaftlichen Themen zu konfrontieren. Sie glauben, dass dies die Kinder überfordert. Jedoch wird bereits im Kindergartenalter das wirtschaftliche Handeln umgesetzt, wenn Kinder beispielsweise ein Spielzeug kaufen oder ihr Popcorn mit anderen teilen müssen.

Ökonomische Bildung ist ein wichtiger Pfeiler von BNE. Es ist unerlässlich, mit den Kindern ein Verständnis für Geld, Handel und Wirtschaft zu erarbeiten. Diese Grundlagen werden im Unterrichtsdossier stufengerecht in fünf Bausteinen gelegt. Der Umgang mit eigenen Wünschen und Bedürfnissen, die zu Tauschbeziehungen führen und wirtschaftliches Handeln veranlassen, stehen dabei im Zentrum. Wie können die eigenen Bedürfnisse in der Beziehung mit anderen gedeckt werden? Beim Tauschen von Waren, Dienstleistungen oder Ideen gegen andere Güter oder gegen Geld. Auch werden Fragen gestellt wie: Was brauche ich tatsächlich? Worauf kann ich verzichten? Wie finde ich die Möglichkeit, meine Pläne umzusetzen? Je nachdem, was getauscht wird, spielen auch die Produktionskosten eine Rolle. Das können die Schüler/-innen direkt erfahren, wenn sie ein Produkt herstellen und dieses anschliessend zum Verkauf anbieten. Dieses Dossier arbeitet vor allem im Kompetenzbereich 6 im Fachbereich NMG «Arbeit, Produktion und Konsum – Situationen erschliessen».

Bildungsaktivität ausserschulischer Akteure

Kritischer Konsum am Beispiel Kleiderproduktion

Public Eye zeigt während eines Schulbesuchs den Jugendlichen auf, dass ihr Kleiderkonsum einen Einfluss auf andere Menschen hat. Das Konsumverhalten der Lernenden wird in Diskussionsrunden mit unterschiedlichen Fragestellungen besprochen: Was wünscht sich ein Jugendlicher in der Schweiz? Was wünscht sich eine junge Näherin in einer Kleiderfabrik? Der Perspektivenwechsel ermöglicht es, gemeinsam über das Thema zu reflektieren und die unterschiedlichen Interessen und Bedürfnisse nachzuvollziehen. Danach werden die Lernenden selber aktiv, indem sie zum Beispiel Plakate fürs Schulhaus gestalten, Artikel für die Lokalpresse schreiben oder Passantinnen und Passanten zu ihrem Konsumverhalten befragen.

Organisation Public Eye | **Art des Angebots** in der Schule
Dauer halber bis ganzer Tag | **Schulstufe** Zyklus 2 und 3

Bildungsaktivität ausserschulischer Akteure

Clever

In unseren Supermärkten sind Obst und Gemüse auch ausserhalb der Saison verfügbar, eine Flut von Aktionen preist Sonderangebote an, und unzählige Labels versprechen umweltgerechte und faire Produkte. In der mobilen Ausstellung CLEVER wird ein Korb mit Produkten gefüllt, die auch in realen Supermärkten angeboten werden. Während der spielerischen Shopping-Tour, in Arbeitsaufträgen und Diskussionen wird Schülerinnen und Schülern aufgezeigt, wie ihr eigenes Konsumverhalten die Umwelt beeinflusst und wie sie eine Nachhaltige Entwicklung in der Welt unterstützen können. Dies schärft das vernetzende Denken und schafft neue Handlungsoptionen für die Schüler/-innen.

Organisation Stiftung Biovision | **Art des Angebots** in und ausserhalb der Schule | **Dauer** 2–3 Lektionen | **Schulstufe** ab Zyklus 2

Lernmedium
ich mit dir, du mit mir

Autor/-innen Lorenz Pauli, Kathrin Schärer, youngCaritas
Verlag Atlantis
Jahr 2015
Materialtyp Buch, PDF
Schulstufe Zyklus 1

Eine wundervolle Geschichte über das Tauschen und Handeln mit ausdrucksstarken Bildern. Der Bär und der Siebenschläfer tauschen Flöte gegen Musik, Bärentanz gegen Glückskiesel, Glückskiesel gegen Nüsse. So wird verhandelt, abgewogen und geschickt getauscht. Doch schliesslich wird klar: Freundschaft hat nichts mit Rechnen zu tun.

Das begleitende Unterrichtsdossier von youngCaritas enthält drei Einheiten, in denen sich die Kinder spielerisch mit Besitz, Armut, Geld, Freundschaft, Tauschen und Schenken auseinandersetzen. Dabei steht der Gedanke des solidarischen Handelns im Vordergrund.

Lernmedium
Geld zu verkaufen!

Autor/-innen Lorenz Pauli, Claudia de Weck, Pro Juventute
Verlag Atlantis
Jahr 2017
Materialtyp Buch, PDF
Schulstufe Zyklus 1

Das Bilderbuch erzählt die Geschichte zweier Kinder, die eine Baumhütte bauen wollen. Dabei lernen sie ihre Wünsche und die Bedürfnisse anderer kennen, die Funktion von Geld, den Zusammenhang zwischen Arbeit und Lohn, Tauschen und Handeln und noch einiges mehr. Lehrpersonen werden mit einem didaktischen Dossier mit Unterrichtsanregungen rund ums Thema Geld und Konsum unterstützt. Darin sind auch die Kompetenzen des Lehrplans 21 aufgeführt. Der Fokus der Kompetenzen liegt im sozialen Handeln. Eine anregende Geschichte, wo die Kinder nicht lange reden, sondern handeln und dabei merken: «Geld gilt! Doch die stärkste Währung bleibt die Freundschaft.» Zum Buch ist ein Kommentar für Lehrpersonen als PDF-Datei erhältlich.

Lernmedium
Faires Spielzeug & Spielzeugproduktion

Autorin Juliane Kühnrich
Verlag WEED | **Jahr** 2017
Materialtyp PDF
Schulstufe Zyklus 2

Die Schüler/-innen setzen sich in dieser Unterrichtseinheit mit dem Wert von Spielzeug auseinander, sammeln Wissen über die Produktionsbedingungen und befassen sich mit Kinder- respektive Arbeitsrechten.

Lernmedium
echt gerecht?! Fairer Handel

Verlag bezev | **Jahr** 2016
Materialtyp Broschüre/Heft, CD-Rom/DVD-Rom
Schulstufe Zyklus 2

Heterogene Klassen erhalten die Möglichkeit, sich zielgruppen- und bedarfsgerecht mit dem Thema fairer Handel auseinanderzusetzen. Anhand verschiedener Module reflektieren sie über ihren eigenen Konsum.

Lernmedium
Alles rund ums Geld

Autorinnen Susan Edthofer, Marianne Heller | **Verlag** Pro Juventute
Jahr 2016 | **Materialtyp** Broschüre/Heft
Schulstufe Zyklus 2

Ziel des Lehrmittels ist es, Kinder für einen bewussten Umgang mit Wünschen, Werten und Geld zu sensibilisieren. Mit Vertiefungsmöglichkeiten, weiterführenden Links und Literatur.

Mehr informationen zu den Angeboten *https://catalogue.education21.ch/de*

Themendossier online

Mehr Lernressourcen, BNE-Praxisbeispiele und Angebote ausserschulischer Akteure zum Thema finden Sie in unserem neuen Themendossier **Markt – Preis – Wert**.

Die Bildungsangebote sind dort nach Schulstufen geordnet und weisen Bezüge zum Lehrplan aus. Auch finden Sie Inputs zur Relevanz des Themas, zum Potenzial für Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE) und zur Umsetzung im Unterricht.

www.education21.ch/de/themendossiers

Fragen stellen, Antworten finden | FRANZISKA OSWALD

Markt der Ideen, der Dinge, der Fähigkeiten: schenken – tauschen – teilen

Auf dem Markt wird mehr als nur eingekauft: Es ist ein Ort des Entdeckens, der Begegnung, des Naschens und des Tauschens. Das Thema «Markt und Nachhaltige Entwicklung» lässt sich leicht in der Klasse oder in Schulprojekten realisieren. Finden Sie heraus, welche Inhalte und welche Fragen sich für BNE eignen.

Auf dem Markt treffen soziale, wirtschaftliche und ökologische Elemente aufeinander. Die Auswirkung von Märkten auf unsere Zukunft ist unbestritten. Das Thema eignet sich ausgezeichnet für Bildung für Nachhaltige Entwicklung[1].

Was ist ein Markt? Reduziert auf seine grundlegenden Aspekte[2], ist der Markt ein Ort an dem potentiell ein Tausch stattfindet; dort treffen sich Menschen, die Objekte zum Tausch anbieten (**Anbietende**) und Menschen, die ein Bedürfnis nach einem Tauschobjekt haben (**Nachfragende**). Damit der Tausch stattfindet, müssen Anbietende und Nachfragende in eine **Tauschbeziehung** treten und zum Beispiel über den **Wert** des Tauschobjektes kommunizieren. Der Tausch kann direkt (Tauschobjekt mit Tauschobjekt) oder über ein Tauschmittel wie Geld stattfinden. Wichtig für eine länger andauernde Tauschbeziehung ist, dass der Tausch als **gerecht** eingeschätzt wird. Beides, der Tausch und die Tauschbeziehung, sind in einen **sozialen** und **ökologischen Kontext** eingebettet. Und Trends, wirtschaftliche Entwicklungen, das Wetter und vieles mehr haben einen direkten Einfluss darauf, was angeboten und nachgefragt wird.

Die Marktwirtschaft ist eine auf Märkten basierende Ökonomie. Die Selbstregulation von Angebot, Nachfrage und Preis des Tauschobjektes, das Wachstum von Märkten sowie die Gewinnmaximierung sind Kerngedanken dieser Wirtschaftsform.

Anbietende und Nachfragende können sich auf realen oder virtuellen Märkten auch begegnen, um ein Tauschobjekt zu verschenken oder zu teilen. Beispiele dafür sind Projekte zur Nachbarschaftshilfe, Repair-Cafés etc. Dies ist ökologisch nachhaltig, weil keine neuen Dinge produziert werden, und sozial, weil dadurch Beziehungen und Netzwerke entstehen. Ein Tauschmarkt kann auf einer Lokalwährung basieren, und der Kreativität für Tauschobjekte sind keine Grenzen gesetzt. Oder das Tauschen kann sich nur auf Güter beschränken, die wir wirklich brauchen.

Zu den fettgedruckten Begriffen sind für die vertiefte Auseinandersetzung auf der nächsten Seite Fragen.

Anbietende
Was kann ich?
Was mache ich gerne?
Was möchte ich weitergeben?
Was möchte ich unterstützen?

Nachfragende
Was brauche ich wirklich?
Warum möchte ich etwas?
Was wünsche ich mir?
Geht es mir durch den Tausch langfristig besser?

Tauschbeziehung
Werden wir uns über den Tausch einig?
Sind wir in der Beziehung gleichgestellt oder gibt es ein Machtgefälle?
Vertraue ich meinem Tauschpartner, meiner Tauschpartnerin?
Freuen wir uns über den Tausch?

Wert
Welchen persönlichen Wert hat das Gut (Geschichte, symbolischen Wert etc.)?
Ist das Gut sehr wichtig für mich?
Spricht es mich besonders an?
Steckt viel Aufwand (z.B. Zeit, Können, Herzblut) in diesem Gut?

Gerechtigkeit
Ist der Tausch gerecht für mich?
Fühle ich mich gut damit?
Sind wir zufrieden mit dem Teilen?
Haben wir ein ähnliches Verständnis von Gerechtigkeit?

Sozialer Kontext
Hat der Tausch für jemanden negative Auswirkungen (lokal, global)?
Hat jemand bei der Produktion Schaden genommen?
Trägt das Gut zu einer Lösung in meinem sozialen Umfeld bei?
Treten durch das Teilen verschiedene Menschen in Beziehung?

Ökologischer Kontext
Verbessert der Tausch den Zustand der Umwelt, z.B. als Beitrag an einem Renaturierungsprojekt?
Vermindert der Tausch ein Umweltproblem, z.B. Abfall?
Schädigt das Gut, dessen Produktion oder dessen Gebrauch die Umwelt?
Können durch das Gut Spätfolgen auf die Umwelt eintreten (lokal, global)?

1. Vgl. Lehrplan 21, Kriterien zur Auswahl von Themen für BNE
2. Das Herausarbeiten von grundlegenden Aspekten und Prozessen eines Themas ermöglicht oft die Auseinandersetzung mit Fragen, die für eine Nachhaltige Entwicklung relevant sind.

Quellenangaben
– Alltagsstark für Wirtschaft, Haushalt, KLV Verlag AG (2017)
– Ökonomie und Gesellschaft, Bundeszentrale für politische Bildung (2014)
– Wünschen, Tauschen, Handeln, Dossier 4 bis 8, Schulverlag plus (2018)

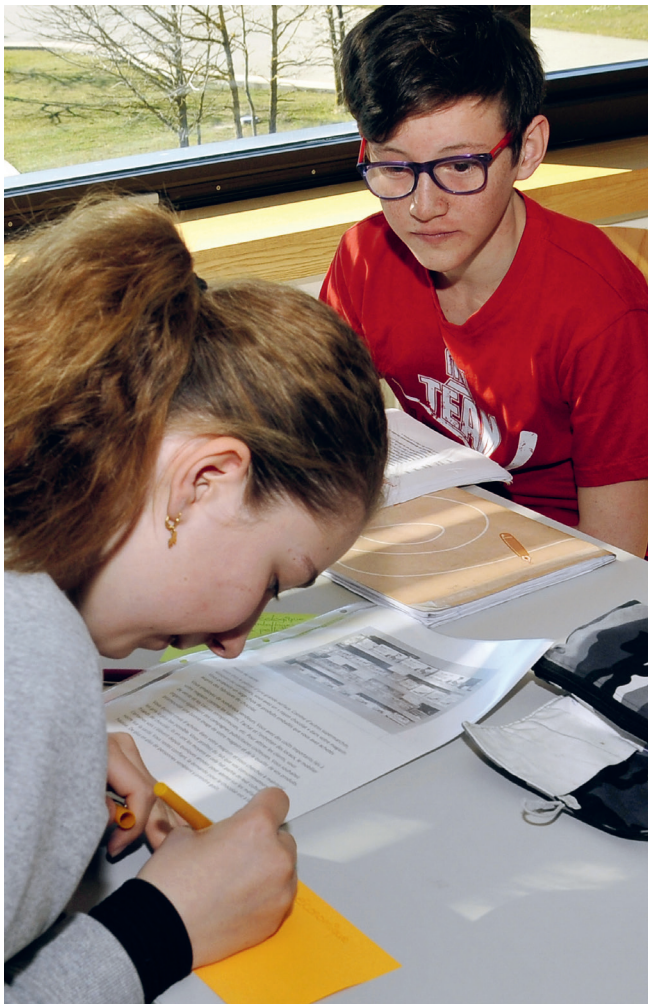
Collège von Apples VD | ZÉLIE SCHALLER

Welche Schoggi soll's denn sein?

Schokolade schmeckt grossartig! Aber von wo kommt Kakao eigentlich her? Unter welchen Bedingungen wird er angebaut? Und welche der unzähligen Schokosorten soll man wählen? Mit all diesen Fragen hat sich eine Waadtländer Oberstufenklasse beschäftigt. Vor allem Preis, Geschmack sowie wirtschaftliche und ökonomische Kriterien sorgten für Diskussionen.

«Wir folgen den Spuren der Schokolade: von der Herstellung der Kakaobohnen bis nach Europa, wo das Endprodukt konsumiert wird!», verkündet Nadine Keim ihren Schülerinnen und Schülern der 9. Klasse am Collège von Apples. «Was ist die erste Etappe? Wo befinden wir uns?», fragt die Geografielehrerin. «An der Elfenbeinküste», weiss Samuel. Und damit beginnt die Reise.

Gemeinsam besprechen die 22 Jugendlichen die verschiedenen Stufen der Produktionskette von Schokolade: Nachdem die Bauern und Bäuerinnen die Kakaofrüchte gepflückt haben, verkaufen sie ihre Ernte an Zwischenhändler des internationalen Handels, bevor die Kakaobohnen in die nördlichen Länder transportiert werden. Zunächst werden die Bohnen aber fermentiert, in Fabriken geröstet, gemahlen und zu einem Kakaobrei verarbeitet. Durch Pressen wird daraus Kakaobutter oder Kakaopulver gewonnen. Die Schokoladenfabriken kaufen diese beiden Produkte, denen sie Zucker, Milch und beispielsweise Haselnüsse beigeben. So werden die Schokoladentafeln hergestellt, die in Supermärkte und auch Kioske dann an die Konsumentinnen und Konsumenten verkaufen.



Die Schülerinnen und Schüler haben vor zwei Wochen den Film «Du chocolat aux fèves de cacao: un voyage amer»[1] (auf Deutsch: «Von der Schokolade zur Kakaobohne: eine bittere Reise») gesehen, der im Westschweizer Fernsehen ausgestrahlt wurde; daher kennen sie die Route bereits. An diesem Nachmittag werden sie selbst zu Akteuren dieser Produktionskette und schlüpfen in die Rolle der Bauern, Zwischenhändlerinnen, Verarbeiter, Herstellerinnen und Verkäufer. In Vierer- oder Fünfergruppen fassen sie auf verschiedenfarbigen Blättern zusammen, was deren Tätigkeit umfasst. «Was sind die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen des Schokoladenkonsums?», will Nadine Kern wissen.

Kinderarbeit, Plastik, Preise

«Wir verdienen kaum etwas. Unsere Kakaobohnen werden nicht zu einem fairen Preis gekauft», berichtet Gaël, Sprecher der Bäuerinnen und Bauern, vor der Klasse. «Die Kinder, die auf den Feldern arbeiten, können nicht zur Schule gehen. Und es werden zu viele Pestizide eingesetzt, die gefährlich sind für die Gesundheit.»

> « Bio-Schokolade verursacht weniger Umweltverschmutzung. »
>
> *Samuel*

Die Verkäufer, die am anderen Ende der Kette stehen, sprechen das Problem der Plastikverpackungen an. «Sie verschmutzen die Umwelt, wodurch Tiere und die Natur sterben», beklagt sich Ely. Auch werden Werbekampagnen und Aktionen thematisiert. «Wenn die Preise tiefer sind, kaufen die Leute mehr.» Wobei auch gewarnt wird: «Zu viel Schokolade essen ist ungesund. Sie enthält viel Zucker!» Die Glocke läutet. Zeit für eine Pause – mit oder ohne Schokolade.

Zu Beginn der zweiten Lektion stellt die Lehrerin eine andere Frage: «Wie wählt ihr eure Schokolade aus? Was ist entscheidend: Werbung, Preis, Marke oder ökologische und biologische Kriterien?» Je nach Antwort sammeln sich die

1 Der Film (auf Französisch) ist hier verfügbar *www.rts.ch/play/tv/a-bon-entendeur/video/du-chocolat-aux-feves-de-cacao--un-voyage-au-gout-amer?id=861356*

Jugendlichen in einer der vier Ecken des Schulzimmers. In der Gruppe einigen sie sich auf ein paar Argumente für ihre Wahl und notieren diese auf einem neuen Blatt.

Lebhafte Debatte

Fünf Minuten später beginnt die fiktive TV-Debatte mit dem Titel «Warum diese und keine andere Schokolade?». Die vier Gäste – die Sprecherinnen und Sprecher der vier Gruppen – sitzen an einem Tisch und legen nacheinander ihre Argumente dar. «Schöne Verpackung und attraktive Farben», erklärt Bianca, die Vertreterin der Gruppe «Werbung». Luc hingegen, der auf den Preis achtet, führt «beschränkte Finanzen» ins Feld und bekräftigt, dass «die teuerste Schokolade nicht unbedingt die beste ist». Ely ist an der Reihe: «Wir wählen unsere Lieblingsmarken nach dem Geschmack.» Und Samuel schliesst die Tischumfrage ab: «Bio-Schokolade verursacht weniger Umweltverschmutzung und ist respektvoller gegenüber den Kakaobauern und -bäuerinnen.»

Jetzt kommt das Publikum zu Wort. «Warum können wohlhabende Leute umweltfreundliche Schokolade kaufen und andere nicht?» fragt Noah. «Manchmal ist Bio-Schokolade gar nicht teurer», entgegnet Samuel. Johan unterstützt ihn: «Wenn man die Arbeit der Bauern mitrechnet, die ohne Pestizide arbeiten, dann ist der Preis gerechtfertigt.» Und Gaël argumentiert: «Wenn mehr Arbeit nötig ist, dann muss man auch mehr zahlen. Du musst halt sparen!»

Es gibt viele und pointierte Fragen. Die Schülerinnen und Schüler zeigen sich schlagfertig und finden Spass an der lebhaften Debatte. Nadine Keim, die den Austausch moderiert, bittet die Jugendlichen darüber nachzudenken, was den Kriterien Marketing, Geschmack, Wirtschaftlichkeit und Umweltfreundlichkeit denn eigentlich zugrunde liegt. Nach und nach kristallisieren sich verschiedene Werte heraus: vor allem Wahl- und wirtschaftliche Freiheit, Wertschätzung der Natur, Würde und Verantwortung.

Um herauszufinden, welcher Wert für die Schulklasse am meisten Gewicht hat, wird durch Handerheben abgestimmt. Die Wahlfreiheit schwingt oben auf, sie erhält die Hälfte der Stimmen der Jugendlichen!

Damit ist die Lektion zu Ende und die Schülerinnen und Schüler werden in die Freiheit entlassen.

BNE-Akzente

Von der Elfenbeinküste in die Schweiz, vom Kakao zur Schokolade: Die Kakaobohnen legen einen langen Weg zurück. Schokolade bietet einen idealen Zugang zu BNE: Das Thema ist interdisziplinär und nahe an der Lebensrealität der Jugendlichen.

Die erwähnten Aktivitäten regen dazu an, unbekannte Aspekte rund um das Thema zu entdecken, aber auch **vernetzt und kritisch zu denken**, um dieses Produkt, das bei uns so beliebt ist, letztlich bewusster zu geniessen. Die Schülerinnen und Schüler entwickeln so ihren Sinn für **Verantwortung** und reflektieren eigene und fremde **Werte**.

Lernmedium
Mehr haben oder mehr vom Leben haben?

Herausgeber Zentrum polis – Politik Lernen in der Schule
Verlag Edition polis
Jahr 2020
Format PDF
Schulstufe Zyklus 3 und Sek. II

«Mehr haben oder mehr vom Leben haben?» will Schüler/-innen über die Konsumentenbildung an wichtige Aspekte einer Bildung für Nachhaltige Entwicklung heranführen. Denn eine Möglichkeit, wie Kinder und Jugendliche die Zukunft aktiv und eigenverantwortlich mitgestalten können, ist die Art und Weise, wie sie konsumieren. Damit die Lernenden zu möglichst mündigen Konsumentinnen und Konsumenten werden, braucht es neben Faktenwissen auch Kompetenzen, die es ihnen ermöglichen, Informationen richtig einzuordnen und zu verarbeiten.

Genau das ist das Ziel dieses Lernmediums. Das Heft enthält Unterrichtsbeispiele zu Themen wie Geld, gesunder Lebensstil, Konsumentscheidungen, Lebensmittelkennzeichnung, Online-Shopping sowie Werbung und Marketing. Mit den Unterrichtsbeispielen soll bei den Lernenden ein Bewusstsein für Kaufentscheidungen und deren Folgen für sich selbst und die Umgebung geschärft werden.

Konsum ist zudem untrennbar mit der Entwicklung der Kinder und Jugendlichen verwoben. Konsumspezifische Verhaltensweisen werden oft durch Nachahmung oder durch Beeinflussung von aussen (Marketing, Peer Groups, Freundinnen und Freunden) erworben. Aus diesem Grund setzt dieses Lernmedium auf reflexive Lernmethoden wie Lernen in Situationen, Biografisches Lernen, Fallbeispiele, Plan- und Rollenspiele, Interviews, Debatten und Expertengespräche. Bewusst knüpfen die Methoden an den konsumspezifischen Erfahrungen der Lernenden an und machen den Bezug zum Alltagsleben der Jugendlichen.

Das Lehrmittel wurde vom «Zentrum polis – Politik lernen in der Schule» aus Wien herausgegeben. Es macht deshalb Verweise auf den österreichischen Lehrplan. Alle Unterrichtseinheiten können aber problemlos auf die Schweiz adaptiert werden. Im Lehrplan 21 kann vor allem im Kompetenzbereich 6 im Fachbereich NMG «Arbeit, Produktion und Konsum – Situationen erschliessen» und im Kompetenzbereich 5 im Fachbereich WAH «Konsum gestalten» gearbeitet werden.

Lernmedium
Faironomics - Ökologisch, fair und frei

Autor/-innen Ilona Koglin, Marek Rohde
Verlag dtv
Jahr 2019
Materialtyp Buch
Schulstufe Zyklus 3 und Sek. II

Was würdest du tun, wenn Geld keine Rolle spielte? Welche Arbeit würde dich glücklich machen? Wie stellst du dir eine zukünftige faire Wirtschaft vor und was kannst du heute bereits dafür tun?

Die beiden Autoren ermutigen uns, mit einer Mischung aus Erfahrungsberichten, Interviews, Grafiken und praxisnahen Anleitungen eigene Projekte in Angriff zu nehmen. Gerade für den Unterricht in den Fächern Wirtschaft, Geografie auf Gymnasialstufe, in der Allgemeinbildung oder für Projektwochen auf der Sekundarstufe bietet sich das Buch an.

Lernmedium
Glück – ein Projektbuch

Autor Peter Brokemper
Verlag Verlag an der Ruhr
Jahr 2009
Materialtyp Buch
Schulstufe Zyklus 3 und Sek. II

Wo findet man das Glück? Im Konsum? Das Lehrmittel betrachtet sprachliche, philosophische, historische und mediale Aspekte zum Thema Glück wie z.B. Glückssuche, Konsumverzicht, Geld und Wohlstand oder Glück im Unglück. Die einzelnen Kapitel liefern zunächt Basisinformationen und gesellschafsrelevante Standpunkte, die dann zur Diskussion gestellt werden. Die dazugehörigen Aufgaben können einzeln oder in der Gruppe gelöst und diskutiert werden.

Der vielfältige Methodenmix und der übersichtliche Aufbau des Buches erlauben eine attraktive Unterrichtsgestaltung. Die ethisch-philosophischen Diskussionen bilden die Grundlage für eine eigene Meinungsbildung und eine kritische Reflexion.

Bildungsaktivität ausserschulischer Akteure

Shape Your Trip

Wann ist eine Reise nachhaltig? Wie lassen sich Spass und Komfort beim Reisen mit Umweltschutz vereinbaren? Und wer zahlt eigentlich für den ganzen CO_2-Ausstoss? Die Impulslektionen von myclimate stossen genau diese Gedankengänge bei Jungen an. Sie sollen die Schüler/-innen befähigen, Handlungsoptionen für mehr Nachhaltigkeit beim Reisen zu erkennen. Dabei stehen vor allem die BNE-Kompetenzen «Handeln» und «Antizipieren» im Zentrum. Einerseits berechnen, reflektieren und diskutieren die Lernenden ihr eigenes Reiseverhalten; andererseits erhalten sie konkrete Tools und Tipps. Danach können die Lernenden am Reisewettbewerb teilnehmen.

Organisation Stiftung myclimate | **Art des Angebots** in der Schule
Dauer 2–3 Lektionen | **Schulstufe** Sek. II

Bildungsaktivität ausserschulischer Akteure

Fair Battle Kicker

Soziale Gerechtigkeit liegt dem Verein Fairplay am Herzen. Das Schulprojekt befasst sich mit den Themen Konsum, Fair Trade, Fairness, Chancengleichheit und Nachhaltigkeit. Diese Themen werden spielerisch anhand eines umgebauten Töggelikastens (Kicker) erlebbar gemacht.

Die Schülerinnen und Schüler erhalten in diesem Schulprojekt die Möglichkeit, in verschiedene Rollen zu schlüpfen und mehr über die globale Wirtschaft zu erfahren. Recherche-Arbeit vertieft ein Thema und die Umsetzung von Fair-Aktionen erweitert die Entscheidungsgrundlage für einen bewussten Konsum.

Organisation Verein Fairplay | **Art des Angebots** in der Schule
Dauer 30–40 Lektionen | **Schulstufe** Zyklus 3 und Sek. II

Lernmedium

Grosse kleine Welt

Verlag Alliance Sud, EvB
Jahr 2011
Materialtyp Spiel
Schulstufe Sek. II

Die Mechanismen des weltweiten Handels spielerisch kennenlernen: Im Brettspiel schlüpfen die Lernenden in die Rolle eines Landes und treiben Handel miteinander. Mit Hintergrundinformationen und Vorschlägen zum Einsatz im Unterricht.

Film

Dirty Gold War

Regie Daniel Schweizer | **Jahr** 2015
Materialtyp DVD/VOD mit didaktischem Begleitmaterial | **Dauer** 52 Minuten
Schulstufe Zyklus 3 und Sek. II

Der Film gewährt einen Blick hinter die Kulissen des gewinnträchtigen Wirtschaftszweigs. Beispiele aus Brasilien und Peru dokumentieren die Menschenrechtssituation und die Umweltbelastung beim Abbau des Goldes.

Lernmedium

Nachhaltig(-keit) ausbilden 1

Autoren A. Fischer, H. Hantke, J.-J.Roth
Verlag Leuphana-Universität Lüneburg
Jahr 2018 | **Materialtyp** PDF, Website
Schulstufe Sek. II

Die Lernmodule verdeutlichen, welche ökologischen und sozialen Auswirkungen unsere Arbeits- und Wirtschaftsweise mit sich bringt. Dabei steht die Förderung von Kompetenzen für ein nachhaltig ausgerichtetes berufliches Handeln im Mittelpunkt.

Mehr informationen zu den Angeboten *https://catalogue.education21.ch/de*

Themendossier online

Mehr Lernressourcen, BNE-Praxisbeispiele und Angebote ausserschulischer Akteure zum Thema finden Sie in unserem neuen Themendossier **Markt – Preis – Wert**.

Die Bildungsangebote sind dort nach Schulstufen geordnet und weisen Bezüge zum Lehrplan aus. Auch finden Sie Inputs zur Relevanz des Themas, zum Potenzial für Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE) und zur Umsetzung im Unterricht.

www.education21.ch/de/themendossiers

Lernmedium

WaterGame

Wer schafft es, an die Flussmündung zu kommen, ohne dabei Wasser zu verschwenden? «WaterGame» ist ein Brettspiel, bei dem Kinder ihren Umgang mit Wasser reflektieren und lernen, wie sie Wasser sparen können.

Verlag Adventerra Games, Melide
Jahr 2019
Materialtyp Spiel
Schulstufe Zyklus 1 und 2

Lernmedium

Wenn Bewegung Wissen schafft

Kinder erobern die Welt handelnd. Hinter jedem Handeln steht – bewusst oder unbewusst – ein Plan. Die Autorin zeigt in verschiedenen Lernsituationen ein Repertoire von Handlungsplanungen auf.

Autorin Dora Heimberg
Verlag LCH
Jahr 2017
Materialtyp Broschüre/Heft
Schulstufe Zyklus 1

Lernmedium

BNE aktuell!

Die Lernplattform bietet zu aktuellen Themen der Nachhaltigen Entwicklung direkt einsetzbare Unterrichtseinheiten. Jede Sequenz enthält eine Übersicht zum Ablauf, Lehrplanbezüge, einen didaktischen Kommentar und Arbeitsblätter.

Autorinnen Flurina Alther, Rebecca Theiler
Jahr 2020
Materialtyp Website
Schulstufe Zyklus 2 und 3

Lernmedium

Arbeit und Leben

Das Materialpaket will unseren Begriff von Arbeit und dessen Entstehung durchleuchten und hinterfragen. Es besteht aus einem Dossier für Lehrpersonen und einem Heft für Lernende.

Verlag Bundeszentrale für politische Bildung bpb
Jahr 2019
Materialtyp Medienmix
Schulstufe Zyklus 3 und Sek. II

Lernmedium

Pflanzenkohle

Dieses Material für die berufliche Bildung behandelt das Thema Pflanzenkohle und ihre Anwendung im gärtnerischen und landwirtschaftlichen Bereich. Es leistet damit einen Beitrag zur Verankerung von beruflicher Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BBNE).

Autorin Bianca Schemel
Verlag Freie Universität Berlin
Jahr 2019
Materialtyp PDF
Schulstufe Sek. II

Bildungsaktivität ausserschulischer Akteure

Politik geht uns alle an!

Mit Podiumsdiskussionen zu Wahlen oder einem aktuellen Thema mit anwesenden (Jung-)Politikerinnen und Politikern erleben Jugendliche Politik hautnah. Nach Bedarf lassen sich auch Workshops oder Parteibasare durchführen.

Organisation Discuss it
Art des Angebots in der Schule
Dauer 1–3 Lektionen
Schulstufe Sek. II

Bildungsaktivität ausserschulischer Akteure

Vom Vorurteil zur Ausgrenzung

Wie entsteht Ausgrenzung, was richtet sie an und was können wir gegen sie unternehmen? Dieser Workshop nimmt die Schüler/-innen mit auf Spurensuche: Sie reflektieren kritisch, welche Stereotype und Vorurteile sie selber haben und diskutieren über mögliche Folgen.

Organisation Amnesty International
Art des Angebots in der Schule
Dauer 2 Lektionen (oder nach Absprache)
Schulstufe Zyklus 3 und Sek. II

Mehr informationen zu den Angeboten *https://catalogue.education21.ch/de*

Eine Plattform für den Fernunterricht | CLAUDIO DULIO

Unterstützung für BNE-orientierten Fernunterricht

Die Corona-Krise hat auch das Schweizer Bildungssystem vor grosse Herausforderungen gestellt: Die Schulen waren geschlossen, Präsenzunterricht nicht möglich, die Umstellung auf Fernunterricht erfolgte rasch. éducation21 unterstützte Lehrpersonen bei der Gestaltung eines BNE-orientierten Fernunterrichts, indem sie geeignete Lerngelegenheiten auf einer Plattform bündelte und ihr Filmstreaming-Portal kostenlos zur Verfügung stellte. Interessierte können diese Angebote weiterhin nutzen.

Filme vermitteln Sachwissen, wecken Emotionen und Neugierde. Durch ihre Bilder schaffen sie einen unmittelbaren Zugang zu komplexen Themen. Deshalb sind Filme ein ideales Unterrichtsmedium für Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE).

Das Filmstreaming-Portal (VOD) von éducation21 kann noch bis zum 15. Juli 2020 gratis genutzt werden. Voraussetzung für die Nutzung dieses Angebots ist eine kostenlose Anmeldung. Bestehende Abonnentinnen und Abonnenten erhalten eine entsprechende Aboverlängerung.

Die VOD-Dokumentar- und Kurzspielfilme eignen sich für einen Fernunterricht mit dem Ziel von BNE auf allen Schulstufen und zu einer breiten Themenpalette. Die Filmauswahl wurde aufgrund bestimmter Qualitätskriterien getroffen.

Im Online-Katalog von éducation21 findet man zu jedem Film didaktisches Begleitmaterial. Dieses kann durch die Lehrperson für den Fernunterricht adaptiert werden. Zudem können Lehrpersonen den Zugang zu den Filmen unkompliziert und kostenlos mit ihren Schülerinnen und Schülern teilen.

Lerngelegenheiten für alle Schulstufen

Die Fernunterricht-Plattform bündelt weiter BNE-orientierte Lernressourcen und Bildungsangebote, die online abrufbar sind. Diese Lerngelegenheiten für alle Schulstufen sind grösstenteils nicht für den Fernunterricht konzipiert worden; wegen ihres digitalen Formats können sie nach einer Aufarbeitung durch die Lehrperson den Schülerinnen und Schüler zu Hause zur Verfügung gestellt werden.

Viele der Lernressourcen und Bildungsangebote sind teils von éducation21 für einen BNE-orientierten Unterricht geprüft und evaluiert worden. Weitere Verweise führen auf nicht evaluierte Lerngelegenheiten, die Netzwerkpartner während der Corona-Krise für den Fernunterricht entwickelt haben und die einen thematischen BNE-Zugang ermöglichen.

Zur Fernunterricht-Webplattform *www.education21.ch/de/fernunterricht*

schulnetz21

schweizerisches netzwerk gesundheitsfördernder und nachhaltiger schulen

Erfahrungsaustauschtreffen Bildung für Nachhaltige Entwicklung

Wie leben wir BNE als Schule? Praktische Impulse für das eigene BNE-Schulkonzept

Bildung für Nachhaltige Entwicklung bietet mit seiner Vielfalt an Inhalten und Methoden einen attraktiven Ansatz, um in der gesamten Schule motivierend und zukunftsorientiert zu lernen, zu leben und zu arbeiten.

Gemeinsam werden wir an der Netzwerkschule Luterbach SO das Arbeitsinstrument «Unsere Geschichte» ausprobieren. Das Arbeitsinstrument dient als Ausgangspunkt, um Aspekte zu diskutieren, die BNE im Leben einer Schule einnehmen kann. Die Bilder und Fragen laden dazu ein, die Geschichte der eigenen Schule zu erzählen, gemeinsam in den Austausch zu kommen, künftige Szenarien zu entwickeln und sich über das bereits Erreichte zu erfreuen.

16. September 2020 | Primarschule Luterbach SO

Mehr Informationen unter *www.schulnetz21.ch/tagungen/erfa-bne*

Teilen macht Spass – oder etwa nicht?

Sharing Economy boomt: Wohnung, Zeit, Auto oder Bohrmaschine werden immer öfter über digitale Plattformen ausgeliehen und geteilt. Dies reduziert den Ressourcenverbrauch. Auch Kinder und Jugendliche lancieren in und ausserhalb der Schule vermehrt Tauschbörsen und Sharing-Projekte. Wir haben die Kinder eines Kinderhorts in Zürich-Albisrieden gebeten, uns aufzuzeichnen, was sie gerne teilen – und was sie nie im Leben teilen würden.

Dies zu teilen ist kein Problem

Levin (9 Jahre) teilt sein Zimmer und das Kajütenbett mit seinem Bruder und hat auch keine Mühe, seinen Fussball, seine Fussballhandschuhe und Essen mit anderen zu teilen. Gustav (9 Jahre) teilt oft seine Farbstifte mit anderen in der Klasse und leiht auch gerne seine Playstation aus. Auch er gibt öfters anderen sein Essen ab. Gabriel (9 Jahre) kann sich sogar vorstellen, seine Kleider zu teilen.

Viel zu wichtig zum Teilen

Seine Playstation würde Markus (10 Jahre) hingegen niemals teilen, ebenso wenig seine Familie, wie die meisten Kinder. Auch die Beziehung zu den Haustieren – die Meerschweinchen Minimimi und Lilly sowie der Zwerghase Häsli – ist für Eugen (10 Jahre), Ella (8 Jahre) und Sari (9 Jahre) zu eng zum Teilen. Und diese zwei Dinge finden die Kinder doch sehr unpraktisch zum Teilen: die Brille und die Unterhose.

éducation21
Bildung für Nachhaltige Entwicklung
Education en vue d'un Développement Durable
Educazione allo Sviluppo Sostenibile
Furmaziun per in Svilup Persistent

P. P.
CH-3011 Bern

Post CH AG

ventuno BNE für die Schulpraxis
2020 02 Markt und Werte