

Ich kaufe die Welt!

In dieser Unterrichtsplanung geht es darum, Konsum auf der persönlichen und der globalen Ebene zu betrachten.

Persönliche Ebene – die Vielfalt von Kaufkriterien

Warum ein bestimmtes Produkt gekauft wird, hängt einerseits von einer Vielzahl von Kaufkriterien und andererseits von der Effizienz der Werbeindustrie ab. Hier gibt es kein Richtig oder Falsch. Vielmehr ist die Vielfalt von Möglichkeiten und deren Einfluss auf unser persönliches Kaufverhalten das Thema.

Wichtig ist, diese Muster für junge Menschen sichtbar zu machen. Wenn sie erkennen können, welche Kaufkriterien wie auf sie wirken und in welcher Form diese Aspekte in Werbebotschaften übermittelt werden, wird es ihnen leichter fallen, Werbestrategien zu durchschauen und sich der permanenten Beeinflussung zu widersetzen. Häufiges Reflektieren und die Auseinandersetzung mit dem eigenen Kaufverhalten können diese Reaktionsketten unterbrechen und alternative Handlungsweisen ermöglichen.

Geschmackstest als Beweis

Bei Lebensmitteln eignet sich besonders gut ein Geschmackstest, um Mechanismen wie die der Beeinflussung durch z.B. Form, Farbe, Marke etc. zu verdeutlichen. Für eine Verkostung eignen sich derartige Produkte, die von verschiedenen Anbieter:innen auf den Markt gebracht werden und ein ähnliches Aussehen haben, z.B. Haselnusscremen, Gummibärchen, Kartoffelchips, Schokolade, Fruchtojoghurt ...

Globale Ebene

Das persönliche Kaufverhalten hat heutzutage auch eine globale Komponente. Produktionsstätten an weit entfernten Orten führen dazu, dass das eigene Handeln und somit alltägliche Kaufentscheidungen weltweite Auswirkungen

haben. Der Begriff des nachhaltigen Konsumierens ist hier auch in den letzten Jahren stärker in den Fokus gerückt: ein zukunftsfähiges („enkeltaugliches“) Wirtschaften wird gefordert, was bedeutet, unseren Nachkommen ein intaktes ökologisches, ökonomisches und soziales Gefüge zu hinterlassen. Und das betrifft die regionalen Produzent:innen genauso wie die Produzent:innen weltweit.

In unserem täglichen Leben genießen wir gerne, was der Süden produziert. Lebensmittel wie Kakao, Kaffee, Tee oder Bananen gehören ganz selbstverständlich zu unserem Alltag und sind mittlerweile zu jeder Jahreszeit für uns verfügbar.

Allerdings ist es in den so genannten Entwicklungsländern nicht selbstverständlich, dass die Arbeiter:innen auch von ihrer Arbeit leben können. Damit wir billig einkaufen können, werden die Löhne sehr niedrig gehalten. Oft müssen alle Familienmitglieder inklusive der Kinder arbeiten. Um Geld zu sparen werden billigste Produktionsmethoden eingesetzt, die die Arbeit oft gefährlich machen. Beim Einsatz von Pestiziden oder Düngemitteln wird nicht auf die Gesundheit der Arbeiter:innen geachtet.

Es gibt jedoch mittlerweile eine beträchtliche Anzahl an Initiativen (z.B. FAIRTRADE, EZA, Clean Clothes ...), die es einem ermöglichen, verantwortungsvolle Kaufentscheidungen zu treffen.

Fair Trade – Idee, Umsetzung, Gütesiegel



Bild: Sozialministerium/fridrich/oezw

Fair teilen – fairer Handel

Unter fairem Handel werden Handelspartnerschaften verstanden, die auf Dialog, Transparenz und Respekt basieren. Nachhaltige Entwicklung wird durch bessere Produktionsbedingungen und Handelskonditionen sowie das Einhalten von Menschenrechten in Ländern des Südens unterstützt. Faire Löhne, die meist über dem Weltmarktniveau liegen, garantieren den Familien der Arbeiter:innen ein menschenwürdiges Leben und bieten ihnen z.B. die Möglichkeit, ihre Kinder in die Schule zu schicken. Zudem wird darauf geachtet, dass sich die Produktion an anerkannten Umweltstandards orientiert.



FAIRTRADE
ÖSTERREICH

Bild: FAIRTRADE Österreich

Gütesiegel und Zertifizierungen

Gütesiegel machen für die Verbraucher:innen Produkte aus fairem Handel erkennbar. Das „Hauptgütesiegel“ ist das FAIRTRADE-Gütesiegel. Nur Produkte, bei denen 3 wichtige Standards bei der Produktion und beim Handel eingehalten wurden, sind damit ausgezeichnet:

⇒ Soziale Standards

- Organisation in demokratischen Gemeinschaften (bei Kooperativen)
- Förderung gewerkschaftlicher Organisation (auf Plantagen)
- Geregelte Arbeitsbedingungen
- Verbot ausbeuterischer Kinderarbeit
- Diskriminierungsverbot

⇒ Umweltstandards

- Förderung des Bio-Anbaus durch den Bio-Aufschlag
- Umweltschonender Anbau
- Schutz natürlicher Ressourcen

- Verbot gefährlicher Pestizide
- Kein gentechnisch verändertes Saatgut

⇒ Wirtschaftliche Standards

- Bezahlung von FAIRTRADE-Mindestpreis und FAIRTRADE-Prämie
- Regelung des Waren- und Geldflusses
- Verwendung des Siegels
- Transparente Handelsbeziehungen
- Vorfinanzierung

Quelle: Fairtrade-Standards, www.fairtrade.at/was-ist-fairtrade/fairtrade-standards.html

Weltweite Verbreitung

In 21 Ländern in Europa, Nordamerika, Asien und Ozeanien sind nationale Fairtrade-Organisationen tätig. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl an Fairtrade Projekten, die von Fairtrade International betreut werden. vgl. www.fairtrade.net/about/projects/fairtrade-projects-across-the-world

Fairtrade International umfasst derzeit 25 nationale Fairtrade-Organisationen, drei Produzentennetzwerke und sieben Marketingorganisationen. vgl. www.fairtrade-deutschland.de/was-ist-fairtrade/fairtrade-system/fairtrade-chronik

Transport

Die FAIRTRADE-Produkte werden derzeit über die üblichen Transportkanäle befördert. Um die Ökobilanz möglichst günstig zu beeinflussen, werden die allermeisten Produkte per Schiff transportiert. Die FAIRTRADE-Importorganisationen beziehen die Produkte in größeren Mengen von den Produzenten-Kooperativen in den Produktionsländern und importieren sie z.B. nach Österreich. Die größte Importorganisation in Österreich ist die EZA Fairer Handel GmbH. Neben diesem „Hauptgütesiegel“ gibt es noch andere, weniger verbreitete Labels, die meist auf bestimmte Unternehmen/Organisationen, Länder, Regionen oder Produkte beschränkt sind.

Nachhaltiger und fairer Transport steckt noch in den Anfängen. Fairtransport nutzt z.B. rein die Windkraft und transportiert so die Waren:

<https://fairtransport.eu/de>