

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Fair Trade: Ist dieser Handel wirklich gerecht?

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)



VL14

Außenhandel und Weltwirtschaft

Fair Trade – Ist dieser Handel wirklich gerecht?

Thema/Lehrbuch/Seite



Fairtrade ermöglicht stabile Mindestpreise, bessere Arbeits- und Lebensbedingungen und einen möglichst umweltverträglichen Anbau. Nicht jedoch garantiert es die Begriffe 'Fair' oder 'Greenwashing' vollständig. In einem Leitfaden werden die Kriterien der SchülerInnen und Schüler am Beispiel der globalisierten Schokolade, die die Frage werden wirklich gerecht ist, was einen fairen Preis ausmachen sollte und ob man sich auf Fairtrade Siegel verlassen kann. Dabei setzen sie sich auch kritisch mit den eigenen Konsumgewohnheiten auseinander.

KOMPETENZPROFIL

Wissen: 7 Lerninhaltsknoten
Kompetenzen: In einem Leitfaden über Anbau und Verkaufsgang (Beispiel Schokolade) diskutieren die SchülerInnen die Kriterien des Fairtrade Kennzeichens. Zitiert und reflektiert sie Fairtrade-Kriterien, die eigene Konsumgewohnheiten kritisch bewerten.

Thematische Bereiche: Nachhaltigkeit, Weltmarkt, Preise, Wertschöpfung, Konsum

Medien: Texte, Grafiken, Podcast

VI.14

Außenhandel und Weltwirtschaft

Fair Trade – Ist dieser Handel wirklich gerecht?

Timo Schuh und Anke Söller



© RAABE 2024

© Neuro architect/adobe stock

Fairtrade verspricht stabile Mindestpreise, bessere Arbeits- und Lebensbedingungen und einen möglichst umweltfreundlichen Anbau. Rechtlich geschützt sind die Begriffe „fair“ oder „fairer Handel“ allerdings nicht. In dieser Unterrichtseinheit diskutieren die Schülerinnen und Schüler am Beispiel fair gehandelter Schokolade, ob der faire Handel wirklich gerecht ist, was einen fairen Preis ausmachen sollte und ob man sich auf Fairtrade-Siegel verlassen kann. Dabei setzen sie sich auch kritisch mit ihren eigenen Konsumgewohnheiten auseinander.

KOMPETENZPROFIL

Dauer:	7 Unterrichtsstunden
Kompetenzen:	in einem Rollenspiel über Anteile am Verkaufspreis (Beispiel Schokolade) diskutieren; die Geschichte des Fairtrade kennenlernen; Stärken und Kritik von Fairtrade diskutieren; das eigene Konsumverhalten kritisch bewerten
Thematische Bereiche:	Nachhaltigkeit, Welthandel, Preise, Wertschöpfung, Konsum
Medien:	Texte, Grafiken, Podcast

Fachliche Hinweise

Fair Trade – Nische oder echte Chance für eine bessere Welt?

Im Schokoladenessen gehören die Deutschen mit 90 Tafeln pro Person zur Weltspitze. Obwohl die globale Nachfrage der Kakaobohne zu mehr als zwei Dritteln aus Westafrika gedeckt wird, landet nur ein sehr kleiner Teil der Wertschöpfung in den Herkunftsländern. Weitere Probleme kommen hinzu. In der Elfenbeinküste beispielsweise wird Regenwald für den Anbau abgeholzt, was zu Artensterben führt. Kinderarbeit ist in der Produktion ebenfalls weit verbreitet. In der Elfenbeinküste und Ghana sind 1,6 Millionen Kinder im Kakaoanbau tätig.

Mit dem Aufkommen von Fair-Trade-Projekten stellen sich zentrale Fragen: Kann ein ethischer Konsum in Form von Fair Trade zu einer besseren, weil gerechteren Welt beitragen? Wie sollen sich Produzenten verhalten? Ist Fair Trade ein Nischenprojekt oder gar die Zukunft des Handels, da die Konsumentinnen und Konsumenten sich perspektivisch immer nachhaltiger verhalten?

Unter fairem Handel (engl. „fair trade“) kann „gerechtes Verhalten beim lokalen bis internationalen Warenaustausch“ (Caspar Dohmen) verstanden werden. Hierfür sind bestimmte, als fair bewertete Kriterien zu erfüllen, die dann häufig durch Siegel zertifiziert werden. Zu den bekanntesten zählt das blau-grüne Produktsiegel Fairtrade. Da die Kennzeichnung eines Produktes als „fair gehandelt“ nicht gesetzlich geschützt ist, gibt es eine Vielzahl an Siegeln von unterschiedlichen, unabhängigen Organisationen, die bei Verbraucherinnen und Verbrauchern für Verwirrung sorgen.

Durch „Fairtrade Deutschland“ erhalten die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern beispielsweise einen festen Preis für ihre Ernte. Dieser Mindestpreis schützt die Produzenten vor den Schwankungen des Weltmarktes und dient ihnen als Sicherheitsnetz. Steigt der Weltmarktpreis, erhalten die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern den höheren Mehrpreis. Sinkt er unter den Mindestpreis, wird dieser dennoch bezahlt. Nachhaltiger wäre es allerdings, wenn die Verarbeitung (beispielsweise der Kakaobohnen zu Kakaomasse oder Schokolade), also die Wertschöpfung, im Land stattfinden würde und nicht nur die Bohnen exportiert werden.

Die deutschen Schokoladenhersteller verarbeiten 400.000 Tonnen Kakao, was ca. 10 Prozent der Weltkakaonernte entspricht. Davon gelten allerdings nur 8 Prozent als Fair Trade. Obwohl ein Problembewusstsein bekundet wird, scheint der Wandel nur sehr langsam voranzutreten. Ähnlich verhält es sich mit Kaffee oder T-Shirts. Der Vertrieb der fair gehandelten Produkte erfolgte früher in sogenannten Weltläden, nun finden sich die Produkte sogar in Discountern. Viel hängt davon ab, ob die Konsumenten und Konsumentinnen ihre Macht im Sinne des „ethischen Konsums“ nutzen.

Didaktisch-methodische Hinweise

Im Rahmen der Unterrichtseinheit befassen sich die Schülerinnen und Schüler am Beispiel der Schokolade mit dem Thema Fair Trade. Schokolade eignet sich gut als Fair-Trade-Produkt, da es von den meisten Lernenden konsumiert wird.

Die Unterrichtseinheit beginnt mit Vorüberlegungen zum Thema Einkauf von fair gehandelten Produkten und über Fairtrade-Siegel (Präkonzept). *Ist es den Schülerinnen und Schülern / ihren Familien beim Einkauf wichtig, dass Fair-Trade-Produkte gekauft werden? Welche Siegel kennen sie?* In der Unterrichtseinheit wird immer wieder mit der **Methode des Präkonzeptes** gearbeitet, sorgt diese doch dafür, dass die Schülerinnen und Schüler kognitiv aktiviert werden und nicht nur „konsumieren“. Ausgehend von ihrem Wissen und ihren Vorannahmen können sie dieses mit zusätzlichen fachlichen Schwerpunkten erweitern und vernetzen. Auch eine kritische Hinterfragung eigener Handlungsweisen und Entscheidungen wird somit ermöglicht.

Ein weiterer Schwerpunkt der Einheit ist das Schulen der kommunikativen Kompetenz der Schülerinnen und Schüler. Dafür dient ein **Rollenspiel**, in dem sie erörtern, welcher Anteil welchem Akteur der Lieferkette vom Preis der Schokolade jeweils zusteht sowie ein **Tandembogen** über die Entwicklung der Fairtrade-Bewegung.

Die gezielten Entnahmen von Informationen aus dem Internet trainieren die Schülerinnen und Schüler bei einer **Internetrecherche** über Fairtrade-Siegel. Hier sollen sie die vorhandenen Siegel vergleichen und mit ihren Vorüberlegungen (Präkonzept) hinsichtlich eines vertrauenswürdigen Siegels abgleichen.

Weiterführende Medien

- Dohmen, Caspar: Das Prinzip Fairtrade. Vom Weltladen in den Supermarkt, Berlin 2017.
Der Autor erläutert die Unterschiede zwischen „normalem“ Handel und Fairtrade und zeigt dessen Wirkungen vor Ort.
 - Hauff, Michael von/Claus, Katja: Fair Trade. Ein Konzept nachhaltigen Handels. Studienausgabe. 3. Aufl. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft, 2018.
Die Autoren erläutern ausführlich das Konzept des Fairen Handels und stellen dieses aus der Perspektive einer nachhaltigen Entwicklung dar.
 - <https://www.fairtrade-deutschland.de/service/ueber-fairtrade-deutschland>
Die Seite von Fairtrade Deutschland präsentiert einen umfangreichen Einblick in den fairen Handel.
 - <https://www.bmz.de/de/entwicklungspolitik>
Das Bundesministerium für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit bietet eine Seite mit vielfältigen Informationen über den fairen Handel.
- [letzter Abruf: 17.07.2024]

Auf einen Blick

1. Stunde

Thema:	Fairtrade in der Wahrnehmung und im Alltag der Lernenden
M 1	Was bedeutet für mich Fair Trade?
Inhalt:	Die Lernenden aktivieren ihr Vorwissen zum Thema Fair Trade und reflektieren ihre Kaufgewohnheiten hinsichtlich Fair-Trade-Produkten.

2. Stunde

Thema:	Zusammensetzung des Schokoladenpreises und gerechte Verteilung des Umsatzes
M 2	Schokolade – Ein faires Produkt?
Inhalt:	Die Lernenden diskutieren in einem Rollenspiel den Anteil am Preis, der den jeweiligen Akteuren in der Lieferkette Schokolade zustehen sollte.

3./4. Stunde

Thema:	Preistheorien und Geschichte der Fairtrade-Bewegung
M 3	Was ist ein fairer Preis? – Gerechtigkeit und Wertschöpfung
M 4	Die Fairtrade-Bewegung zwischen Werten und Kommerzialisierung
Inhalt:	Die Lernenden erläutern die objektive und subjektive Werttheorie. Sie erarbeiten die Geschichte und Entwicklung der Fairtrade-Bewegung.

5./6. Stunde

Thema:	Fairtrade-Siegel
M 5	Wann ist der Handel fair? – Fairtrade-Siegel unter der Lupe
Inhalt:	Die Lernenden vergleichen und bewerten unterschiedliche Siegel.

7. Stunde

Thema:	Fair-Trade-Verkaufszahlen statistisch auswerten
M 6	Fair Trade – Nische oder Zukunft des Konsums?
Inhalt:	Die Lernenden überprüfen anhand von Statistiken, ob es sich bei Fair-Trade-Produkten um einen Trend oder um Nischenprodukte handelt.

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Fair Trade: Ist dieser Handel wirklich gerecht?

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)



VL14

Außenhandel und Weltwirtschaft

Fair Trade – Ist dieser Handel wirklich gerecht?

Tim Schumacher/Söller



Fair Trade verspricht stabile Mindestpreise, bessere Arbeits- und Lebensbedingungen und einen möglichst umweltfreundlichen Anbau. Welche Grenzen sind die Begriffe 'Fair' oder 'ethisch gerecht' allerdings nicht. In dieser Unterrichtseinheit diskutieren die Schülerinnen und Schüler am Beispiel der globalisierten Schokolade, die die Frage werden wirklich gerecht ist, was einen fairen Preis ausmachen sollte und ob man sich auf Fairtrade Siegel verlassen kann. Dabei setzen sie sich auch kritisch mit den eigenen Konsumgewohnheiten auseinander.

KOMPETENZPROFIL

Wissen: 7 Lerninhaltsknoten
Kompetenzen: In einem Rollenspiel über Anreize im Verkaufsprozess (Beispiel: Schokolade) diskutieren die Grenzen des Fairtrade-Kennzeichens. Zitiert und reflektiert Fairtrade-Kriterien, die eigene Konsumgewohnheiten kritisch bewerten.

Thematische Bereiche: Nachhaltigkeit, Weltmarkt, Preise, Wertschöpfung, Konsum

Medien: Texte, Grafiken, Podcast