**Vorhabenbezogene Konkretisierung zu UV 2:**

**Siegel, Label, Prüfzeichen und Co. –**

**Was steckt hinter den Produktkennzeichnungen auf der Verpackung?**

**Inhaltsfelder:**

* IF3 Haushalt und Globalisierung
* IF5 Konsum und Verantwortung

**Inhaltliche Schwerpunkte:**

* Gütesiegel (IF3)
* Nachhaltiges Handeln in privaten Haushalten (IF3)
* Individuelle und gemeinschaftliche Konsumentscheidungen im privaten Haushalt (IF5)
* Zielgruppenorientiertes Marketing: Haushalts-, Gender-, Kinder-, Jugend-, und Familienmarketing für Lebensmittel und Artikel des täglichen Bedarfs (IF5)

**Bezüge zu den Querschnittsaufgaben:**

* Medienkompetenzrahmen (MKR):
	+ 2.1 Informationsrecherche
	+ 2.2 Informationsauswertung
	+ 4.1 Medienproduktion und Präsentation
* Rahmenvorgabe Verbraucherbildung in Schule (VB):
	+ Ü: Übergreifender Bereich Allgemeiner Konsum
* Leitlinie Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE):
	+ Ziel 12 (Nachhaltiger Konsum und Produktion)
* Berufliche Orientierung (BO): keine konkreten Bezüge

**Zeitbedarf:** ca. 14 Std.

**Konkretisiertes Unterrichtsvorhaben: Siegel, Label, Prüfzeichen und Co. – Was steckt hinter den Produktkennzeichnungen auf der Verpackung?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Themen** | **Fachdidaktische Ideen / Inhalte des Lern- und Arbeitsprozesses** | **Kompetenzerwartungen** | **Materialvorschläge** |
| **Sequenz 1:** *„So viele Hinweise auf Verpackungen – Wer blickt durch den Siegel-Dschungel?“* |
| Welche Arten von Labeln gibt es und wer oder was steckt dahinter? | Untersuchung von Verpackungen im Hinblick auf Produktkennzeichnungen Sammlung von Vorwissen zu bekannten ProduktkennzeichnungenAustausch über die Bedeutung von Labeln bei Konsumentscheidungen im eigenen Erfahrungsbereich Vorstellung des Portals Label-online.de (siehe „Über Label-online“, Info-Film), anhand ausgewählter Beispiele: DLG-prämiert, Pro-Planet, Stiftung WarentestAllgemeine Begriffsklärungen, Funktionen von Labeln als Informationssystem und Marketinginstrument, Intentionen unterschiedlicher Urheber, Unterscheidung / Kategorisierung von Produktkennzeichnungen, Herkunftsangaben, Prüfzeichen, kontrollierte Gütesiegel, Phantasielabel  (Internetrecherche, Nutzung der kostenlosen App oder Info-Texte)  | **Die Schülerinnen und Schüler...**Konkretisierte SK:* beschreiben Kriterien für Gütesiegel, auch aus der Perspektive des Trägers (IF3)
* analysieren aspektgeleitet Ziele und Motive zielgruppenspezifischer Marketingstrategien im Hinblick auf die Bedeutung für individuelle Kaufentscheidungen (IF5)

Übergeordnete Kompetenzen:* stellen fachbezogene Sachverhalte und Problemstellungen unter Verwendung zentraler Fachbegriffe bildungssprachlich korrekt dar (SK 1)
* ordnen fachbezogene Sachverhalte in übergreifende Zusammenhänge ein (SK 4)
* identifizieren unterschiedliche Standpunkte im eigenen Erfahrungsbereich und analysieren diese auch anhand von Fallbeispielen (MK 8)
 | Informationen unter: <https://label-online.de/>(letzter Zugriff 01.08.2023) |

|  |
| --- |
| **Sequenz 2:** *„Nachhaltig einkaufen – Was steckt hinter den unterschiedlichen Bio-Siegeln?“* |
| Vergleich verschiedener Nachhaltigkeits-Label innerhalb einer Kategorie am Beispiel Bio-Siegel(Alternative: Fairtrade-Siegel)Kalkulation, Einkauf und Zubereitung eines Gerichts mit Bioprodukten Zubereitung und Verzehr eines Gerichts mit BioproduktenLabel auf Bioprodukten | GA: Markterkundung zu Bio-Siegeln unterschiedlicher Urheber: Deutsches und EU Bio-Siegel, Bio-Siegel deutscher Anbauverbände, Bio-Eigenmarken von Handelsketten (Co-labeling)Bewertung unterschiedlicher Bio-Siegel: Schülerinnen und Schüler erstellen arbeitsteilig Steckbriefe zu Urhebern, Vergabekriterien etc. und bewerten die Intention und Aussagekraft der Siegel, anschließende Ergebnispräsentation Sind Bioprodukte teurer als konventionell erzeugte Produkte? Preisvergleich beim Einkauf von Bioprodukten für ein Gericht: Vergleich von konventionellen und Bioprodukten, sowie Vergleich von Produkten mit unterschiedlichen Bio-Siegeln (auch durch Preisrecherche im Einzelhandel möglich) Differenzierung: zusätzliche Beachtung der Herkunft / der Regionalität Abbau von eventuellen Vorurteilen gegenüber Bioprodukten in Bezug auf Aussehen, Geschmack und Konsistenz durch die Nahrungszubereitung und den VerzehrDiskussion zur Thematik; Beispiele für Leitfragen zur Diskussion, die vorher von den Schülerinnen und Schülern in EA oder PA beantwortet und begründet werden: Warum entscheiden sich Konsumierende für Bioprodukte? Wovon hängen deine Kaufentscheidungen ab? Welche Interessen verfolgen Anbietende? Sind Bioprodukte ihr Geld wert? (Preis-Leistungsverhältnis) Sind Label und APP hilfreich für einen nachhaltigen Einkauf? Differenzierung: Was denkst du über Bioprodukte aus fernen Ländern im Vergleich zu regionalen Produkten?  | **Die Schülerinnen und Schüler...**Konkretisierte SK:* erläutern unterschiedliche Handlungsoptionen privater Haushalte bei der Beschaffung und Verwendung von Lebensmitteln und Artikeln des täglichen Bedarfs (IF3)

Konkretisierte UK:* bewerten kriteriengeleitet die Intention und Aussagekraft von Gütesiegeln unterschiedlicher Urheber (IF3)
* bewerten in Ansätzen die Wirksamkeit und die Realisierbarkeit von individuellen Handlungsoptionen im Hinblick auf nachhaltige Entwicklung bei der Beschaffung und Verwendung von Lebensmitteln und Artikeln des täglichen Bedarfs (IF3)
* diskutieren die Verantwortung und Möglichkeiten der Einflussnahme der Konsumierenden und Anbietenden unter sozialen, ökologischen und ökonomischen Gesichtspunkten (IF5)

Übergeordnete Kompetenzen:* entnehmen Einzelmaterialien thematisch relevante Informationen, gliedern diese und setzen sie zueinander in Beziehung (MK 1)
* führen Recherchen auch mit digitalen Medien durch (MK 2)
* entwickeln Kriterien für die Qualität von Waren und Dienstleistungen (MK 9)
* präsentieren Arbeitsergebnisse auch unter Nutzung digitaler Medien nach formulierten Kriterien (MK 11)
* begründen einen eigenen Standpunkt unter Berücksichtigung fachbezogener Aspekte (UK 2)
* erörtern Möglichkeiten, Grenzen und Folgen haushaltsbezogenen Handelns (UK 3)
* analysieren Konsumentscheidungen aus verschiedenen Perspektiven hinsichtlich zugrunde liegender Motive, Bedürfnisse und Interessen (UK 4)
* verarbeiten Lebensmittel nach vorgegebenen Verfahren (HK 1)
* bedienen und pflegen Werkzeuge, Geräte und Maschinen sach- und sicherheitsgerecht (HK 2)
 | <https://www.bzfe.de/nachhaltiger-konsum/orientierung-beim-einkauf/bio-lebensmittel/>(letzter Zugriff 01.08.2023)<https://www.swrfernsehen.de/landesschau-rp/gutzuwissen/diese-kriterien-erfuellen-die-bio-siegel-auf-lebensmittel-100.html>(letzter Zugriff 01.08.2023)<https://label-online.de/nachhaltig-einkaufen/> (letzter Zugriff 01.08.2023)<https://www.umwelt-im-unterricht.de/medien/dateien/ratgeber-fuer-den-nachhaltigen-einkauf>(letzter Zugriff 01.08.2023) |

|  |
| --- |
| **Sequenz 3:** *„Nachhaltiger Konsum oder ein Trend mit grünem Image?“*  |
| Greenwashing – ein Trend mit grünem Image?Nachhaltiges Handeln von Anbietenden – Verantwortung für Mensch und Umwelt oder Marketingstrategie? Kosmetik und Körperpflegeprodukte nachhaltig einkaufen(Alternativ: Kleidung) | Hinführung: Werbespot, der Nachhaltigkeitsaspekte betont Greenwashing – Was ist das?Allgemeiner Informationsfilm zur Einführung in die ThematikAustausch im Plenum zum Thema Greenwashing: Warum hat Greenwashing zugenommen? Wie kann ich „echte“ Nachhaltigkeitsstrategien von Greenwashing unterscheiden? Arbeitsteilige PA (Kurzvortrag / Flyer) zu gewähltem Schwerpunkt: Kosmetik und Körperpflege Untersuchung ausgewählter Pflegeprodukte (Internetrecherche):Gütesiegel auf Kosmetik und Körperpflegeprodukte Mögliche Fragestellungen: Welche Produktkennzeichnungen gibt es? (Tierschutz, Fairer Handel)Naturkosmetik – Halten die Produkte ihre Versprechen? Wie können Konsumierende Kaufentscheidungen treffen?Vorstellung / Erprobung weiterer Einkauf-Apps Präsentation der Ergebnisse mit anschließender Diskussion zu möglichen Kaufentscheidungen  | **Die Schülerinnen und Schüler...**Konkretisierte SK:* beschreiben Kriterien für Gütesiegel, auch aus der Perspektive des Trägers (IF3)
* erläutern unterschiedliche Handlungsoptionen privater Haushalte bei der Beschaffung und Verwendung von Lebensmitteln und Artikeln des täglichen Bedarfs (IF3)
* analysieren aspektgeleitet Ziele und Motive zielgruppenspezifischer Marketingstrategien im Hinblick auf die Bedeutung für individuelle Kaufentscheidungen (IF5)

Konkretisierte UK:* bewerten kriteriengeleitet die Intention und Aussagekraft von Gütesiegeln unterschiedlicher Urheber (IF3)
* bewerten in Ansätzen die Wirksamkeit und die Realisierbarkeit von individuellen Handlungsoptionen im Hinblick auf nachhaltige Entwicklung bei der Beschaffung und Verwendung von Lebensmitteln und Artikeln des täglichen Bedarfs (IF3)
* diskutieren die Verantwortung und Möglichkeiten der Einflussnahme der Konsumierenden und Anbietenden unter sozialen, ökologischen und ökonomischen Gesichtspunkten (IF5)

Übergeordnete Kompetenzen:* führen Recherchen auch mit digitalen Medien durch (MK 2)
* präsentieren Arbeitsergebnisse auch unter Nutzung digitaler Medien nach formulierten Kriterien (MK 11)
* begründen einen eigenen Standpunkt unter Berücksichtigung fachbezogener Aspekte (UK 2)
* erörtern Möglichkeiten, Grenzen und Folgen haushaltsbezogenen Handelns (UK 3)
* analysieren Konsumentscheidungen aus verschiedenen Perspektiven hinsichtlich zugrunde liegender Motive, Bedürfnisse und Interessen (UK 4)
 | Allgemeine Information: <https://www.youtube.com/watch?v=3RjGOJI-sqE>(letzter Zugriff 01.08.2023)Greenwashing: Konsum gegen den Klimawandel (Hintergrundinformation)<https://www.3sat.de/wissen/wissenschaftsdoku/greenwashing-konsum-gegen-den-klimawandel-100.html>(abrufbar bis 24.09.2025)Was bedeuten Kosmetiksiegel?<https://www.verbraucherzentrale.de/label-siegel-pruefzeichen-37010> (letzter Zugriff 01.08.2023)Naturkosmetik – Auf welche Siegel ist Verlass?[https://www.ndr.de/ratgeber/verbraucher/Naturkosmetik-Siegel-Natrue-oder-BDIH,naturkosmetik127.html](https://www.ndr.de/ratgeber/verbraucher/Naturkosmetik-Siegel-Natrue-oder-BDIH%2Cnaturkosmetik127.html) (letzter Zugriff 01.08.2023)Bodylotion, Rasierer & Co. – wie nachhaltig können Produkte aus der Drogerie sein? Ökochecker SWR<https://www.youtube.com/watch?v=ccBJtbJPTxw> (letzter Zugriff 01.08.2023) |