



# **Globale Warenketten:**

# Reise (m)eines Orangensafts

- 2-4 Auf einen Blick fachdidaktisches Konzept
- **5–7** Unterricht konkret Ablauf
- 8-12 Materialien
- 13-14 Lösungen
- **15–16** Anhang (Quellen, Erfahrungen und Adaptionsmöglichkeiten)

# **Auf einen Blick**

### Schwierigkeitsbarometer

Schwerpunkt	Warenketten am Fallbeispiel Orangensaft	
Stichworte	Globale Warenketten; Produktionsschritte; Orangensaftproduktion; StoryMaps; Digitale Grundbildung	
Konkretisierung des Themas	Analyse und Darstellung verschiedener Produktionsschritte der Alltagsware Orangensaft mittels einer Geoinformationssystem-Software	
Dauer	2 Unterrichtseinheiten à 50 Minuten	
Schulstufe	6. Schulstufe	
Schulform	MS und AHS Unterstufe	
Lehrplanbezug	Aktueller Lehrplan: "Gütererzeugung in gewerblichen und industriellen Betrieben: Erkennen, wie Güter in Betrieben verschiedener Art und Größe in unterschiedlichen Organisationsformen erzeugt werden. Erfassen der Auswirkungen von Betrieben und Produktionsprozessen auf die Umwelt."  Neuer Lehrplan laut Entwurf: "Kompetenzbereich Vernetztes Wirtschaften zwischen Produktion und Konsum - Die Schülerinnen und Schüler können arbeitsteiliges Produzieren von Gütern und Dienstleistungen sowie das freie Treffen von Produktionsentscheidungen durch Haushalte, Unternehmen und den Staat analysieren."	
Zentrale fachliche Konzepte (geplanter Lehrplan)	<ul> <li>Vernetzung und Veränderung</li> <li>Maßstabsebenen und Raum</li> <li>Interessen und Macht</li> </ul>	
Groblernziel	Produktionsschritte einer Alltagsware analysieren und bewerten können	
Feinlernziele	<ul> <li>Einheit 1 bis 2: "Reise (m)eines Orangensafts"</li> <li>Die Lernenden können die einzelnen Schritte einer Orangensaftproduktion ermitteln und verorten (AFB I).</li> <li>Die Lernenden können die Beziehungen der einzelnen Produktionsschritte zueinander erläutern (AFB II).</li> </ul>	



 Die Lernenden k\u00f6nnen die Orangensaftproduktion aus der Sicht von Konsumierenden bewerten und ihre Erkenntnisse reflektieren (AFB III).

### Kontext zur sozioökonomischen Bildung

(theoretische Bezüge)

Die Informationen und Ideen zum Unterrichtsbeispiel sind an den Beitrag von Reinhold Hedtke (2014) (= "Preis oder Qualität? Wie Märkte entstehen und bestehen". In: bpb (Hrsg.): Ökonomie und Gesellschaft. 12 Bausteine für die schulische und außerschulische politische Bildung. Bonn, S. 141-178) angelehnt.

Dieses Lehr- und Lernarrangement widmet sich der Theorie der globalen Warenketten aus mehreren Perspektiven. Ausgehend von der Perspektive einer Konsumentin bzw. eines Konsumenten verfolgen die Lernenden auf einer interaktiven Esri StoryMap die Produktionsschritte eines Orangensaftes.

Die scheinbar wenig komplexe und schlichte Ware ist den Lernenden aus ihren Lebenswelten bekannt und gehört zu den beliebtesten Fruchtsaftgetränken der Österreicher/innen.

Der mehrfache Perspektivenwechsel im Lernsetting will bewusst die Selbstverständlichkeit der Verfügbarkeit dieser Ware irritieren. Neben der Sichtweise der Konsumierenden, nehmen die Schüler/innen die Perspektive von Unternehmern bzw. Unternehmerinnen und Arbeitnehmern bzw. Arbeitnehmerinnen ein. So werden neben ökonomischen auch räumliche, politische und gesellschaftliche Fragen aufgegriffen. Das Verständnis von globalen Warenketten und die Durchleuchtung ihrer Zusammenhänge stehen im Zentrum der Lerneinheit (Hedtke 2014, S. 151).

Die Lerneinheit adressiert dabei sowohl Anliegen des Unterrichtsprinzips der Wirtschaftserziehung und Verbraucher/innenbildung als auch den Erlass zur Digitalen Grundbildung.

#### Methoden

#### a) StoryMap:

https://storymaps.arcgis.com/stories/b84db8642be64ae1a395a8276d15eb1e (12.06.2021)

#### b) Kritische Bild- und Filmanalyse

bpb (S. 15) / <a href="https://www.bpb.de/shop/lernen/thema-im-unterricht/36913/methoden-kiste">https://www.bpb.de/shop/lernen/thema-im-unterricht/36913/methoden-kiste</a> (26.03.2021, 09:46)



## c) Learningapps - einfache Zuordnung https://learningapps.org/watch?v=pjd6ridpt21 (12.06.2021) Einheit 1 bis 2: "Reise (m)eines Orangensafts" Vorbereitung PC, Smartphones Die Einheit kann rein digital durchgeführt werden und bedarf keiner Kopien. Alle Aufgabenstellungen der nachfolgend aufgelisteten Materialien sind in der StoryMap enthalten. Die Darstellung der Aufgaben dient der Übersicht. Wenn Kopien für die Lernenden gemacht werden, dann wären diese in Klassenstärke erforderlich. M1: Reise (m)eines Orangensafts – Die Lernumgebung erkunden **M2:** Bewertungskriterien im Detail – Was macht einen "guten" Saft aus? M3: Der Bezeichnungs-Dschungel – Ist Saft gleich Saft? **M4:** Von der Orange zum Saft – Wer hat die Orangen gepflückt? **M5:** Die globale Warenkette des Orangensafts – Alle Schritte auf einen Blick M6: Was zeigt die Werbung? Oh happy day?!

## **Unterricht konkret – Ablauf**

Einheit 1 bis 2: "Reise (m)eines Orangensafts"

Einstieg	Die Lernumgebung erkunden	Die Lernenden öffnen die interaktive Karte mit dem Link <a href="https://storymaps.arcgis.com/stories/b84db8642be64ae1a395a8276d15eb1e">https://storymaps.arcgis.com/stories/b84db8642be64ae1a395a8276d15eb1e</a> bzw. mit dem QR-Code. Die erste Aufgabe dient dazu, dass sich die Lernenden mit der Lernumgebung vertraut machen und einfache Bedienungselemente wie in eine digitale Karte hineinzoomen und hinauszoomen ausprobieren. Zudem erfahren sie, welche zusätzlichen Möglichkeiten die Karte für Nutzer/innen bietet (zum Beispiel: die StoryMap automatisch wiederzugeben). <a href="#">Anmerkung: Es ist nicht erforderlich die Materialien zu kopieren. Alle Arbeitsaufträge sind in der interaktiven Karte enthalten. Die StoryMap enthält einige Verlinkungen. Das erlaubt es den Schülern bzw. Schülerinnen bei Interesse selbst zu recherchieren.</a>	M1	15 Min.
Erarbeitung	Was macht einen "guten" Orangensaft aus?	Die Reise des Orangensafts beginnt in Österreich (M2). Die Schüler/innen vergleichen anhand zweier unterschiedlicher Warentestungen (Greenpeace und Stiftung Warentest), welche Kriterien für die Bewertung von Orangensäften angewandt wurden. Davon ausgehend entscheiden sie sich, welche Kriterien für sie persönlich wichtig wären.  Anmerkung: Für die Bearbeitung der Arbeitsaufgaben benötigen die Schüler/innen entweder ihr GW-Heft bzw. ihre GW-Mappe oder alternativ ein Arbeitsdokument am PC.	M2	20 Min.
Erarbeitung	Ist Saft gleich Saft?	Der nächste Schritt führt die Lernenden zum Hauptsitz eines österreichischen Fruchtsaftunternehmens. An dieser Station vergleichen sie die zwei gängigsten Verfahren der Fruchtsafterzeugung (Direktsaft und Fruchtsaftkonzentrat).  Anmerkung: An dieser Station kann die Reise unterbrochen werden. Am Beginn der nächsten Stunde können die einzelnen, bebilderten Stationen der StoryMap für die Wiederholung kurz angesehen und besprochen werden.	M3	15 Min.

Erarbeitung	Von der Orange zum Saft	Die Reise des Orangensafts wird in Florida fortgesetzt. Aus Florida und Brasilien stammen rund 90% der Weltorangensaftproduktion. Die Schüler/innen sehen sich einen kurzen Dokumentarfilm der Orangenernte in Florida an. Mittels der Methode der kritischen Filmanalyse verschaffen sie sich einen Einblick in die Produktionsverhältnisse.  Als Vertiefungsaufgabe dient ein Werbefilm eines Fruchtsaftunternehmens. Dieser wird dem kurzen Dokumentarfilm gegenübergestellt und Unterschiede herausgearbeitet.  Anmerkung: Für die Bearbeitung der Arbeitsaufgaben benötigen die Schüler/innen entweder ihr GW-Heft bzw. ihre GW-Mappe oder alternativ ein Arbeitsdokument am PC.	M4	15 Min.
Erarbeitung	Weiterverarbeitung zu Konzentrat und Transport	Auf der StoryMap verfolgen die Schüler/innen die nächsten Produktionsschritte. Anhand der weltweit führenden Handelsunternehmen für Orangensaftkonzentrat erkennen sie, dass diese global agierenden Konzerne über große wirtschaftliche Macht verfügen. Wichtig ist zu verstehen, dass die Einflussmöglichkeiten der unterschiedlichen Akteursgruppen einer globalen Warenkette ungleich verteilt sind. Zum Beispiel haben großen Handelsunternehmen durch ihre vertikale Integration Macht über die Orangenproduzent/inn/en als auch über ihre Großkunden wie beispielsweise die Verarbeiter des Konzentrats. Das heißt, sie übernehmen viele Schritte in der Safterzeugung. Im Gegenzug besitzen die Verarbeiter des Konzentrats Macht in Bezug auf ihre Endabnehmer/innen, da sie ein vielfältiges Produktangebot haben und die Vermarktung übernehmen. Diese Macht ist entscheidend für die jeweilige Wertaneignung entlang der gesamten Warenkette. Für die Analyse der Wertaneignung sind Theorien zu globalen Wertschöpfungsketten empfehlenswert (siehe Literaturempfehlungen im Anhang).  Diese Produktionsschritte sind immer auch in institutionelle Kontexte eingebettet. Das wird in der StoryMap am Beispiel einer EU-Verordnung erklärt. Neben derartigen formalen Verordnungen sind auch informelle Konventionen (wie die Vorstellung der europäischen Konsumierenden, dass Orangen orange sein müssen) bestimmend für globale Warenketten.		15 Min.



D	en	Als erste Sicherungsaufgabe ordnen die Schüler/innen die Produktionsschritte in die richtige Reihenfolge.	
Sicherung	Globale Warenkett	Anschließend sehen sich die Lernenden drei unterschiedliche Werbespots an und reflektieren, welche Qualitätskriterien dem Orangensaft zugeschrieben werden. Als Reflexionsübung ermitteln die Lernenden, worin sich die Werbefilme von den kennengelernten Produktionsverhältnissen unterscheiden bzw. diesen widersprechen.	20 Min.

#### Vorschlag für weitere Einheiten

Einstieg	Die Lernumgebung bewerten	Die Schüler/innen reflektieren ihre Erfahrungen mit der StoryMap mittels der Aufgaben zur Bewertung der Lernumgebung. Die Aufgaben dienen auch der Sensibilisierung im Sinne der Digitalen Grundbildung.	М1	15 Min.
Sicherung	StoryMap	Daran anschließend bietet es sich an, dass die Schüler/innen in Zweierteams oder alleine eine eigene StoryMap zu einer einfachen Ware entwickeln.		
pun	eigene Stor	Eine Möglichkeit bestünde darin, die Produktionsschritte vorzubereiten und die Lernenden entwickeln daraus ihre StoryMap. Anspruchsvoller wäre es, wenn die Lernenden selbst die Produktionsschritte recherchieren.		60-80 Min.
Erarbeitung	Meine 6	Die Erprobung mit Studierenden hat gezeigt, dass sich die Beispiele Bananen und Schokolade für ein solches Projekt gut eignen, da diese globalen Warenketten umfassend dokumentiert sind.		



## Reise (m)eines Orangensafts

M1 Die Lernumgebung erkunden und bewerten

Hast du dich schon mal gefragt, woher dein Orangensaft eigentlich kommt? Orangen brauchen ein warmes Klima, um zu reifen. Sie müssen geerntet und ausgepresst werden. Der Saft muss transportiert und auch abgefüllt werden. Wie das funktioniert und welche Reise ein Orangensaft gemacht hat, bis er zu dir kommt, erfährst du in der StoryMap (= eine Karte, die dir eine Geschichte erzählt) "Reise (m)eines Orangensafts".



 Öffne die StoryMap unter folgendem Link: <a href="https://storymaps.arcgis.com/stories/b84db8642be64ae1a395a8276d15eb1e">https://storymaps.arcgis.com/stories/b84db8642be64ae1a395a8276d15eb1e</a>

oder scanne den QR-Code.

- 2. Erkunde deine Lernumgebung:
  - a. Ermittle die Möglichkeiten der StoryMap, die du als Benutzer/in hast.
     Tipp: Klicke auf die drei Punkte in der oberen rechten Ecke.
  - b. Nur am PC möglich: Wähle den Punkt "Automatische Wiedergabe aktivieren" aus. Verfolge die Reise des Orangensafts bis zum Punkt "Ein fruchtiger Tagesstart". Bewege deine Maus bzw. tippe mit dem Finger auf den Bildschirm. Wähle das Pausenzeichen aus. Mache eine Pause und zoome aus der Karte heraus. Was siehst du?

Tipp: Zum Hinein- oder Hinauszoomen tippe bzw. klicke auf das Plus- oder das Minuszeichen am rechten Bildschirmrand.

Schalte die automatische Wiedergabe wieder aus. Nun kannst du mit deinem Tempo die Reise des Orangensafts weiterverfolgen.

- **3.** Bewerte deine Lernumgebung (nach dem Bearbeiten der StoryMap)
  - a. Bewerte die StoryMap. Was hat dir gut gefallen und was weniger gut?
  - Beurteile die Informationen. Welche Kriterien (= Merkmale) in der StoryMap zeigen dir, dass die Informationen vertrauenswürdig sind?
  - c. Arbeitet zu zweit. Stellt euch vor: Ihr gestaltet eure eigene StoryMap und teilt sie im Web. Das heißt, sie wird veröffentlicht und jede/r kann sie sehen. Was gilt es dabei zu beachten?



## Bewertungskriterien für Orangensäfte

M2 Was macht einen "guten" Orangensaft aus?

- 1. Lies die beiden Texte zu den Orangensafttestungen und vergleiche sie.
  - a. Welche Kriterien wurden für die Beurteilung herangezogen?
  - b. Worin unterscheiden sich die beiden Testungen?

Welche Kriterien wurdest du verwenden? Fehlen dir wichtige Kriterien im Test?		
Schreibe die fünf für dich wichtigsten Kriterien auf und begründe deine Auswahl kurz.		



### Was macht einen "guten" Orangensaft aus?

#### Test 1: Orangensafttest der Stiftung Warentest (2014)

Die Stiftung Warentest, eine Verbraucherorganisation, hat im Jahr 2014 insgesamt 26 verschiedene Orangensäfte getestet. Für die Beurteilung der Orangensäfte hat die Stiftung Warentest verschiedene Kriterien (= Merkmale, die ein Orangensaft erfüllen sollte) entwickelt. Diese Kriterien waren unterschiedlich wichtig für das Testurteil.

- 1. Die sogenannte sensorische Beurteilung war dabei das wichtigste Kriterium. Sensorisch meint, dass der Test mit den menschlichen Sinnen gemacht wird. Bei diesem Kriterium haben acht speziell ausgebildete Personen Aussehen, Geruch, Geschmack, Mundgefühl und Nachgeschmack der Orangensäfte beurteilt. Die Personen haben damit bestimmt, wie gut der Orangensaft für sie schmeckt.
- 2. Das zweitwichtigste Kriterium war die Kennzeichnung der Orangensäfte. Die Stiftung hat damit geprüft, ob alle wichtigen Kennzeichnungen auf der Verpackung vorhanden sind. Dazu gehörte auch eine Bewertung von drei Experten bzw. Expertinnen, ob wichtige Angaben auf der Orangensaftverpackung vorhanden und gut lesbar sind. Zum Beispiel: wie der Orangensaft gelagert werden soll.
- 3. Auch die Benützung der Verpackung der Orangensäfte wurde überprüft. Zum Beispiel haben Personen ausprobiert, ob die Verpackung einfach zu öffnen und zu verschließen ist.
- **4.** Weiteren Kriterien waren spezielle Untersuchungen im Labor. Dabei wurden zum Beispiel die Inhaltsstoffe der Orangensäfte genau untersucht.

(Stark vereinfacht nach: <a href="https://www.test.de/Orangensaft-Saefte-und-Unternehmensverantwortung-im-Test-4684446-4684449/">https://www.test.de/Orangensaft-Saefte-und-Unternehmensverantwortung-im-Test-4684446-4684449/</a>; Zugriff: 11.06.2021)

#### Test 2: Orangen- und Apfelsafttest von Greenpeace (2019)

Greenpeace, eine Umweltschutzorganisation, hat im Jahr 2019 das Angebot von Orangen- und Apfelsäften in neun unterschiedlichen Supermärkten in Österreich überprüft. Der Test bestand aus fünf Kriterien, die unterschiedlich wichtig für das Testurteil waren.

- 1. Am wichtigsten war das Kriterium, ob und wie viele Bio-Orangensäfte ein Supermarkt anbietet.
- 2. Das zweitwichtigste Kriterium war die Angabe der Herkunft der Orangen. Es wurde untersucht, ob auf der Verpackung angegeben ist, woher die Orangen kommen.
- 3. Mit dem drittwichtigsten Kriterium hat Greenpeace überprüft, ob der Orangensaft unter fairen Bedingungen erzeugt wurde. Zum Beispiel, ob die Arbeiter/innen angemessen bezahlt wurden. Das zeigen spezielle Siegel auf der Verpackung wie beispielsweise Fairtrade.
- **4.** Bei dem Test wurde auch überprüft, ob auf der Verpackung steht, dass keine tierischen Rohstoffe wie Gelatine in den Orangensaft gegeben wurden.
- 5. Zuletzt gab es Bonuspunkte für die Bewertung, wenn Orangensäfte in Mehrweg-Pfandflaschen verfügbar sind.

(Stark vereinfacht nach: <a href="https://marktcheck.greenpeace.at/marktcheck-test-saft/">https://marktcheck.greenpeace.at/marktcheck.greenpeace.at/marktcheck.greenpeace.at/marktcheck.greenpeace.at/assets/uploads/assets/uploads/GreenpeaceMarktcheck\_Saft\_Hintergrundinfos\_Juni19.pdf</a>; Zugriff: 11.06.2021)



## Der Bezeichnungs-Dschungel

M3 Ist Saft gleich Saft?

Frisch gepresst ist der Saft nicht. Aber wie hat das Unternehmen den Saft hergestellt? Ich recherchiere im Internet und stoße auf folgende Information: "100% Orangensaft aus Orangensaftkonzentrat". Was steckt hinter dieser Bezeichnung?

Informiere dich über die verschiedenen Möglichkeiten der Orangensaftproduktion.

 a. Finde heraus, worin sich die Herstellung zwischen Saft aus Konzentrat und Direktsaft unterscheidet. Vergleiche beide Methoden (= Arten der Saftherstellung).

Tipp: Die folgende Website kann dir dabei helfen: Was ist der Unterschied zwischen Saft und Saft? (https://www.aronia-

original.de/beerenblog/sonstiges/saft-ist-nicht-gleich-saft-eine-

begriffserklaerung ) oder sieh dir das kurze Video

https://www.youtube.com/watch?v=0FwSDOCtwjc an (Achtung: das Video zeigt dir nur Vorteile. Um dir eine Meinung bilden zu können, überprüfe die Informationen mit der Hilfe weiterer Quellen)

b. Erkläre, warum vorrangig Konzentrat erzeugt wird.

## Von der Orange zum Saft

M4 Wer hat die Orangen gepflückt?

- Sieh dir das Video (<a href="https://www.youtube.com/watch?v=K1TjRSV1e\_M">https://www.youtube.com/watch?v=K1TjRSV1e\_M</a>) an. Beantworte danach folgende Fragen:
  - a. Wer oder was ist abgebildet?
  - b. Welche Handlungen und Tätigkeiten sind erkennbar?
  - c. Wie empfinde ich die Szene? Welchen Eindruck vermittelt sie mir?
  - d. Welche Informationen brauche ich noch, um das Video angemessen verstehen zu können?

(Quelle der Fragestellungen: vereinfacht nach bpb (S. 15) / <a href="https://www.bpb.de/shop/lernen/thema-im-unterricht/36913/methoden-kiste">https://www.bpb.de/shop/lernen/thema-im-unterricht/36913/methoden-kiste</a> (26.03.2021, 09:46)

Vertiefungsaufgabe: Sieh dir das Video (<a href="https://www.youtube.com/watch?v=yWI19vX\_jbk">https://www.youtube.com/watch?v=yWI19vX\_jbk</a>) von Pfanner bis zur Sekunde 40 an. Vergleiche die beiden Filme und bestimme, worin sich die beiden Filme unterscheiden.

## **Produktionsschritte (m)eines Orangensafts**

M5 Alle Schritte auf einen Blick

Ordne die Produktionsschritte in die richtige Reihenfolge.

https://learningapps.org/watch?v=pjd6ridpt21

### Was zeigt die Werbung?

M6 Oh happy day!?

Orangensaft ist ein fixer Bestandteil unseres (Alltags-)Konsums, auch wenn die Früchte nicht in Österreich gedeihen.

- a. Sieh dir die folgenden Werbevideos von Orangensaft an:
  - Video 1:https://www.youtube.com/watch?v=GexPyM4pexs&t=26s
  - Video 2https://www.youtube.com/watch?v=JNAYIo20s-s

Video 3

https://www.youtube.com/watch?v=eM6qqciDmhI&list=PL\_Lnx8jkME7mCTrs 2HIxxeNy1wpORGsu8&index=12

- b. Welche Qualitätsmerkmale werden dem Fruchtsaft zugeschrieben?
- c. Worin unterscheiden bzw. widersprechen sich die medialen Darstellungen von den Produktionsverhältnissen entlang der globalen Warenkette (= alle Schritte der Produktion von der Ernte bis hin zu den Konsumierenden)?



## Lösungen bzw. Erwartungshorizont

Die Erstversion der StoryMap wurde mit einer Gruppe von Studierenden an der Pädagogischen Hochschule Salzburg getestet. Die kritischen Rückmeldungen der Studierenden haben einen wichtigen Beitrag für die Entwicklung des Beispiels geleistet. Ihnen möchten wir an dieser Stelle danken!

#### M1 Die Lernumgebung erkunden und bewerten

**2a** Als Benutzer/in hat man vier Möglichkeiten, wenn man die StoryMap am PC öffnet. 1. Es ist möglich die StoryMap automatisch wiederzugeben. 2. Die StoryMap kann auch ausgedruckt werden. 3. Die StoryMap kann "eingebettet" werden, d. h. die StoryMap kann beispielsweise auf einer Website eingebunden werden. 4. Auch ist es möglich einen Missbrauch zu melden (z. B. Verstöße gegen Copyright, unangemessene Inhalte, Werbung etc.)

**2b** Durch das Herauszoomen sieht man eine Weltkarte, in der acht Punkte markiert sind. Der erste Punkt befindet sich mitten im Pazifik. Dieser Punkt ist der Startpunkt.

3a Individuelle Antworten.

**3b** In der StoryMap sind die Quellen (= Ursprung) der Informationen immer angegeben. Am Anfang steht, woher diese Idee kommt. Die Autor/inn/en der StoryMap sind im Titel angeführt.

**3c** Individuelle Antworten. Wichtig: Das Urheberrecht muss eingehalten werden.

#### M2 Was macht einen "guten" Orangensaft aus?

#### 1a Testkriterien

Stiftung Warentest	Greenpeace	
Sensorische Beurteilung von Aussehen, Geruch,	Angebot von Bio-Orangensäften	
Geschmack, Mundgefühl und Nachgeschmack		
Kennzeichnung der Orangensäfte	Angabe der Herkunft der Orangen	
Benützung der Verpackung	Produktion unter fairen Bedingungen	
I ah aw wtayay ah waxay	Angaben auf der Verpackung über tierische	
Laboruntersuchungen	Rohstoffe	
	Verfügbarkeit von Mehrweg-Pfandflaschen	

**1b** Die Testkriterien unterscheiden sich im Umfang und in der Art. Die Stiftung Warentest hat Kriterien untersucht, die auf (subjektiven) Eindrücken bzw. Geschmäckern der an der Studie beteiligten Personen zu einzelnen Produkten basierten. Greenpeace beschäftigte sich mehr mit den Bedingungen der Herstellung, dem Verkauf und der Verpackung der Produkte sowie mit deren Inhaltstoffen. Die einzelnen Produkte wurden jedoch nicht hinsichtlich ihres Geschmackes, ihres Geruchs oder ihres "Mundgefühls" (Flavour) getestet.

#### 2. Individuelle Lösungen

Ein Beispiel einer Studierenden: Ich würde bei einem Produkttest eine Kombination aus beiden Tests verwenden. Ebenso fände ich beispielsweise spannend, inwiefern sich der Geschmack von zertifizierten Bio-Säften und veganen Säften von industriell erzeugten Produkten mit tierischen Inhaltsstoffen unterscheidet. Bei den Tests fehlt meiner Meinung nach der Gesichtspunkt Geld (Kostenpunkt der Waren im Supermarkt), da man dadurch auch interessante Rückschlüsse ziehen könnte, womit der Hersteller die höheren Preise rechtfertigt (bessere, gesündere Inhaltsstoffe, größerer Fruchtanteil, Fair-Trade Orangen, ...). Die wichtigsten Kriterien wären für mich:

- 1. Die Herkunft der Produkte (In welchem Umfang erhalten Kunden bzw. Kundinnen Informationen auf der Verpackung?)
- 2. Das Angebot an sozial zertifizierten Produkten (Ist z. B. ein Fair-Trade Siegel vorhanden? Gibt die Verpackung Auskunft über die Handelsbedingungen?)
- 3. Das Verpackungsmaterial (Wird das Produkt in einer Plastikflasche oder in einer recyclingbaren Verpackung angeboten? Werden die Produkte in umweltfreundlichen Mehrweg-Pfandflaschen verkauft?)
- 4. Der Preis (Preisunterschiede/Qualitätsunterschiede)
- 5. Geschmacksvergleich (Qualitätsvergleich) zwischen den einzelnen Produkten

#### M3 Ist Saft gleich Saft?

a Unterschiede in der Herstellung



Saft aus Konzentrat	Direktsaft
Nach dem Pressen der Früchte wird der Saft erhitzt. Zurück bleibt das sogenannte Konzentrateine klebrige, süß-säuerliche Masse. Das Aroma beziehungsweise der Fruchtgeschmack wird als destillierter (flüssiger) Wasserdampf vom Konzentrat isoliert. Die beiden Bestandteile, also das Konzentrat und das flüssige Aroma, werden separat transportiert und vor dem Abfüllen wieder zusammengefügt	Nach dem Pressen der Früchte wird der Saft schonend erhitzt, um ihn haltbarer zu machen. Danach wird entweder natürliches Aroma hinzugefügt oder er wird direkt abgefüllt.

#### **b** Gründe für Saft aus Konzentrat

Saft aus Konzentrat ist viel günstiger im Transport als Direktsaft, da man dadurch, dass das Konzentrat viel weniger Volumen hat als ein Saft mit Flüssigkeit (Wasser) eine größere Menge gleichzeitig verschiffen kann. Das macht Saft aus Konzentrat für Hersteller attraktiver als Direktsaft. Neben Orangensaft aus Konzentrat und Direktsaft, gibt es auch die Bezeichnung Orangennektar. Orangennektar besteht nur zur Hälfte aus natürlichem Orangensaft, die andere Hälfte ist eine Mischung aus Wasser und Zucker. Orangensaftkonzentrat ist lange haltbar. Durch die Mischung unterschiedlicher Konzentrate können auch Qualitätsschwankungen ausgeglichen werden.

#### M4 Wer hat die Orangen gepflückt?

1a Es sind Erntehelfer bei der Orangenernte abgebildet.

**1b** Man sieht das Pflücken, Sammeln und den anschließenden Abtransport der Orangen. Es arbeiten drei Arbeiter zusammen. Zwei Arbeiter pflücken die Orangen und der andere Arbeiter transportiert die gepflückten Orangen. Die Arbeiter sprechen nicht miteinander. Im Hintergrund hört man immer wieder Stimmen anderer Menschen, die aber nicht am abgebildeten Ernteprozess beteiligt sind.

#### 1c Individuelle Antworten

Ein Beispiel einer Studierenden: Auf mich wirkt die Arbeit sehr anstrengend und zeitintensiv. Ich fürchte, dass die Arbeiter sehr lange Arbeitszeiten haben und diese eintönige Arbeit ihnen keinen Spaß macht. Wie es bei vielen Erntehelfern ist, schätze ich auch den Lohn eher gering ein. Das ruft bei mir Mitgefühl für die Arbeiter hervor und auch ein bisschen ein schlechtes Gewissen, weil wir als Gesellschaft durch den Kauf und den Konsum großer Mengen von Orangen die Produktionsbedingungen beeinflussen, da die Erntehelfer eine gewisse Menge an Orangen ernten und zur Auslieferung vorbereiten müssen.

#### 1d Individuelle Antworten

Ein Beispiel einer Studierenden:

- Angaben zum Produktionsfirma
- · Angaben zum genauen Produktionsort
- Angaben zu den Produktions- und Arbeitsbedingungen
- Angaben, ob es sich um ein Fair-Trade Unternehmen handelt

#### 2 Individuelle Antworten

Ein Beispiel einer Studierenden: Der zweite Film vermittelt einen viel positiveren Zugang zum Thema. Die Arbeiter scheinen viel glücklicher bei der Arbeit zu sein, durch die Belichtung und das Wetter (Sonnenschein) wird diese Stimmung noch einmal verstärkt. Man erfährt, wer Menschen hinter der Orangenproduktion sind, da sie mit ihren Namen angeführt werden.

#### **M6** Oh happy day!?

**b** Individuelle Antworten möglich – beispielhafte Lösung

Video 1	Video 2	Video 3
Besonders guter Geschmack	Wichtig für einen guten Start in den Tag	Besonders natürlicher
Describers guter Gescrimack	Wichtig für einen güten Start in den Tag	Geschmack
Orangensaft aus fairem Handel	Den Familienmitgliedern etwas Gutes tun	Wichtig für die Gesundheit

**c** Individuelle Antworten möglich – In den Werbefilmen werden vorrangig die Vorteile von Orangensaft präsentiert. Die Produktionsverhältnisse werden vermutlich beschönigt bzw. gar nicht thematisiert.



## **Anhang**

#### Quellen:

Titelbild: Bild von Jan Vašek auf Pixabay verfügbar unter:

https://pixabay.com/de/photos/saft-orange-restaurant-lebensmittel-364945/ (Zugriff: 12.06.2021)

**StoryMap:** <a href="https://storymaps.arcgis.com/stories/b84db8642be64ae1a395a8276d15eb1e">https://storymaps.arcgis.com/stories/b84db8642be64ae1a395a8276d15eb1e</a> (07.05.2021, 18:30)

#### Reinhold Hedtke (2014): Preis oder Qualität? Wie Märkte entstehen und bestehen.

In: bpb (Hrsg.): Ökonomie und Gesellschaft. 12 Bausteine für die schulische und außerschulische politische Bildung. Bonn, S. 141-178.

#### Stiftung Warentest (2014): Säfte und Unternehmensverantwortung im Test:

https://www.test.de/Orangensaft-Saefte-und-Unternehmensverantwortung-im-Test-4684446-4684449/ (22.06.2021, 13:22)

#### Greenpeace (2019): Greenpeace-Marktcheck Test 'Saft &

Nektar': <a href="https://nachhaltigkeit.greenpeace.at/assets/uploads/assets/uploads/GreenpeaceMarktcheckk\_Bewertungskriterien\_TestSaft\_Juni2019.pdf">https://nachhaltigkeit.greenpeace.at/assets/uploads/assets/uploads/GreenpeaceMarktcheckk\_Bewertungskriterien\_TestSaft\_Juni2019.pdf</a> und <a href="https://marktcheck.greenpeace.at/marktcheck-test-saft/">https://marktcheck.greenpeace.at/marktcheck-test-saft/</a> (07.05.2021, 18:37)

#### Video "Oranges - Harvesting":

https://www.youtube.com/watch?v=K1TjRSV1e\_M&ab\_channel=FloridaDepartmentofAgricultureandConsumerServices (10.05.2021, 11:13)

#### Video "Make a difference with FT orange juice":

https://www.youtube.com/watch?v=yWI19vX\_jbk&ab\_channel=PfannerGmbHChannel (10.05.2021, 11:18)

#### Video "TV-Spot: Peter Pfanner jetzt 100% fair":

https://www.youtube.com/watch?v=GexPyM4pexs&t=26s&ab\_channel=PfannerGmbHChannel (15.05.2021, 17:35)

#### Video "hohes C Bio 2019 - der TV-Spot "Wofür stehst du auf?":

https://www.youtube.com/watch?v=JNAYlo20s-s&ab\_channel=hohesC (15.05.2021, 17:38)

#### Video "Goodness from Nature":

https://www.youtube.com/watch?v=eM6qqciDmhl&list=PL\_Lnx8jkME7mCTrs2HIxxeNy1wpORGsu8&index=13&ab\_channel=MinuteMaid (15.05.2021, 17:41)

#### Literaturhinweise:

Coe, N.; Kelly, P. & Yeung, H. (2008): Economic Geography. A contemporary Introduction. Hong Kong: Blackwell.

Gereffi, G.; Humphrey, J. & Sturgeon, T. (2005): The governance of global value chains. Review of International Political Economy 12, S. 78-104.

Kaplinsky, R. & Morris, M. (2001): A handbook for value chain research. Verfügbar unter: <a href="http://asiandrivers.open.ac.uk/documents/Value\_chain\_Handbook\_RKMM\_Nov\_2001.pdf">http://asiandrivers.open.ac.uk/documents/Value\_chain\_Handbook\_RKMM\_Nov\_2001.pdf</a> (Zugriff: 12.06.2021).

Sturgeon, T.; Van Biesebroeck, J. & Gereffi, G (2008): Value Chains, networks and clusters: Reframing the global automobile industry. Journal of Economic Geography 8, S. 297-321.

#### Empfehlung für eine Kurzeinführung zum Gestalten von StoryMaps:

Esri Deutschland (2020): Einführung in ArcGIS StoryMaps

https://www.youtube.com/watch?v=u Yq8DNL-Xk (22.06.2021, 13:22)

## Erfahrungen und Adaptionshinweise

Das Beispiel wurde im Rahmen einer Lehrveranstaltung von Studierenden und Pädagoginnen der Primarstufe getestet. Entsprechend ihrer Hinweise wurde das Beispiel für Schüler/innen der Sekundarstufe I adaptiert:

- Die Sprache des Beispiels wurde vereinfacht. Es wurde darauf geachtet Ansätze einer sprachsensiblen Unterrichtsgestaltung einzubauen und Fachbegriffe zu erklären.
- Bei allen Aufgabenstellungen, die mit einer eigenverantwortlichen Recherche im Internet verbunden sind, wurden Linkhinweise gegeben, um die Suche zu vereinfachen.
- Aufgabenstellungen, die die Studierenden als zu schwierig eingeschätzt haben, werden in der vorliegenden Fassung als Differenzierungsmöglichkeit angeboten bzw. wurden entfernt. Damit dennoch die gesamte Warenkette verfolgt werden kann, wurde ein Autorinnentext dazu verfasst.
- In der Praxiserprobung hat sich gezeigt, dass die Darstellung am Smartphone relativ klein ist und auch gewissen Anwendungen (wie beispielsweise die automatische Wiedergabe) nicht funktionieren. Deshalb ist es empfehlenswert für dieses Unterrichtssetting einen PC-Raum zu buchen.
- Es ist nicht notwendig, dass bei den Videos der Ton eingeschalten wird. Bei ungleichen
   Lerntempi kann das störend sein. Es reicht, wenn nur die bewegten Bilder analysiert werden.

