



# Wenn das Leben zu teuer wird Ist Nachhaltigkeit für alle leistbar?

- 2–4** Auf einen Blick – fachdidaktisches Konzept
- 5–8** Unterricht konkret – Ablauf
- 9–12** Materialien
- 13–15** Lösungen
- 16–18** Anhang (Quellen, Erfahrungen und Adaptionmöglichkeiten)

# Auf einen Blick

## Schwierigkeitsbarometer



|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Schwerpunkt</b>                | Konsum                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Stichworte</b>                 | nachhaltiger Konsum, soziale Ausgrenzung, Preise                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Konkretisierung des Themas</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Bewusstwerdung sozialer Normen in Bezug auf alltägliche Konsumhandlungen</li><li>• Unterschiedliche Voraussetzungen für nachhaltigen Konsum in der Gesellschaft</li><li>• Soziale Ausgrenzung am Beispiel von Preisen (vermeintlich) nachhaltiger Konsummöglichkeiten</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Dauer</b>                      | Zwei Unterrichtseinheiten á 50 Minuten                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Schulstufe</b>                 | 7. und 8. Schulstufe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Schulform</b>                  | MS und AHS-Unterstufe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Lehrplanbezug</b>              | <p><u>Nach Lehrplan aktuell:</u><br/>3.Klasse: „Wirtschaften im privaten Haushalt: Erkennen der Notwendigkeit, im privaten Haushalt Ausgaben den finanziellen Möglichkeiten entsprechend zu planen.“</p> <p><u>Nach Lehrplan neu (Entwurf):</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 3. Klasse – Kompetenzbereich „Österreichische Gesellschaftsentwicklung“: „Die Schüler/innen können die Folgen von Selbst- und Fremdbildern auf das gesellschaftliche Zusammenleben analysieren und dabei die Bedeutung von Geschlecht, Gender, Alter, Bildung, Einkommen, Wohlstand, Nationalität, Religion oder „Kultur“ hinterfragen.</li><li>• 4. Klasse – Kompetenzbereich „Mein Leben in einer vernetzten Welt“: „Die Schülerinnen und Schüler können eigene Zukunftsvorstellungen, Wünsche und Bedürfnisse in Bezug auf individuelle Entwicklungsmöglichkeiten, finanzielle Rahmenbedingungen, Lebensqualität und gemeinsame Herausforderungen benennen, vergleichen und reflektieren sowie politische Prozesse mitgestalten.“</li></ul> |

|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Zentrale Konzepte</b><br>(Lehrplanentwurf)                         | Werte und Identitäten<br>Interessen und Macht                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Groblernziel</b>                                                   | Bewusstwerdung, dass nachhaltiger Konsum voraussetzungs- und zu sozialer Ausgrenzung führen kann.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Feinlernziele</b>                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Schüler/innen ordnen verschiedene Kaufoptionen hinsichtlich gesellschaftlicher Normen ein. (AFB II)</li> <li>• Die Schüler/innen analysieren die Möglichkeiten nachhaltigen Konsums unter verschiedenen (v.a. finanziellen) Voraussetzungen. (AFB II)</li> <li>• Die Schüler/innen nehmen kritisch Stellung zu Thesen bezüglich des nachhaltigen Konsums in Zusammenhang mit sozialer Ausgrenzung, sozialen Normen und Lebensweisen. (AFB III)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Kontext zur sozioökonomischen Bildung</b><br>(theoretische Bezüge) | <p><i>„Auch wenn nachhaltige Aspekte inzwischen bei vielen Menschen in Konsumententscheidungen einfließen, ist deutlich, dass ein durchgehend nachhaltiger Lebens- und Konsumstil sehr voraussetzungs- und im Alltag nur schwer zu realisieren ist. Konsumhandlungen sind von vielen Faktoren abhängig (Geld, Wissen, Familie, Lebensgeschichte usw.) und kontextuell eingebunden (in soziale Beziehungen, in wirtschaftliche und politische Strukturen, in Versorgungssysteme usw.)“<br/>(Brunner 2014, S.19).</i></p> <p>Im Unterricht zum Thema nachhaltigen Konsum geht es also nicht nur darum ein Verständnis für einen „nachhaltigen Konsum“ und seine komplexen Voraussetzungen und Folgen zu schaffen, sondern auch einen kritischen Umgang mit moralisierenden Nachhaltigkeits- und Verantwortungsaufforderungen an die Konsumentinnen und Konsumenten anzuregen. Das Unterrichtsbeispiel versucht dafür zu sensibilisieren, dass es verschiedene Gruppen von Konsumentinnen und Konsumenten in unserer Gesellschaft gibt, die aufgrund ungleicher finanzieller Möglichkeiten, verschiedener lebensweltlichen Orientierungen und Handlungsbedingungen unterschiedliche Voraussetzungen für (vermeintlich) nachhaltige Konsumententscheidungen mitbringen.</p> <p>Nachhaltiger Konsum soll somit als voraussetzungs- und zu sozialer Ausgrenzung führen erkannt werden. In diesem Lehr-Lern-Arrangement wird dies am Beispiel der Fokussierung auf das Thema Preis und der damit verbundenen Gefahr sozialer Ausgrenzung von gesellschaftlichen Gruppen gezeigt.</p> |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Methoden</b>     | <p><b>a) 4-Ecken-Methode</b> (Abwandlung)<br/><a href="https://www.uni-heidelberg.de/md/slk/medien/vier-ecken-methode_methodenbox.pdf">https://www.uni-heidelberg.de/md/slk/medien/vier-ecken-methode_methodenbox.pdf</a> (28.07.2020)</p> <p><b>b) Schreibgespräch</b><br/><a href="https://www.bpb.de/lernen/grafstat/grafstat-bundestagswahl-2013/148929/stummes-schreibgesprach">https://www.bpb.de/lernen/grafstat/grafstat-bundestagswahl-2013/148929/stummes-schreibgesprach</a><br/>(03.09.2020)</p>                                                                          |
| <b>Vorbereitung</b> | <p><u>Einheit 1: „Die Leistbarkeit nachhaltigen Konsums“</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Powerpoint-Präsentation und Beamer</li><li>• <b>M1:</b> Preisvergleiche, eine Kopie je Zweierteam</li><li>• <b>M2:</b> Steckbriefe, Kopien in Klassenstärke</li><li>• <b>M3:</b> Thesen für das Schreibgespräch, Ausdruck in einfacher Ausfertigung</li><li>• Leere Flipchart-Plakate (oder Blätter in mind. A3-Größe) in Anzahl der Gruppen und Plakatstifte</li></ul> <p><u>Einheit 2: „Kritische Thesendiskussion“</u></p> <p>Keine weiteren Materialien erforderlich</p> |

# Unterricht konkret – Ablauf

## Einheit 1: „Wie teuer ist nachhaltiger Konsum?“

|          |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |         |
|----------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Einstieg | Was ist besser? | <p>Die Lehrperson stellt den Schülerinnen und Schülern nacheinander Entscheidungsfragen mithilfe der PPT-Folien 2 bis 4. Die Schüler/innen stellen sich entsprechend ihrer Entscheidung in eine der zwei vorgegebenen Ecken des Klassenraums, die je eine Entscheidungsoption repräsentieren. Positionierungen zwischen den Ecken sollten nicht zugelassen werden, da auch beim Einkauf konkrete Produktentscheidungen getroffen werden müssen. Nach jedem Durchgang besprechen die Schüler/innen in den jeweiligen Ecken Argumente, warum sie sich für diese Option entschieden haben.</p> <p>Was ist gesellschaftlich gesehen das bessere Produkt bzw. die bessere Entscheidung?</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Entscheidungsfrage: Bio-Eier von Hühnern aus Freilandhaltung oder Eier von Hühnern aus Bodenhaltung?</li><li>2. Entscheidungsfrage: Tiefkühlpizza oder Zutaten für eine selbst zubereitete Pizza?</li><li>3. Entscheidungsfrage: Ein T-Shirt vom Textil-Discounter oder vom Fachgeschäft?</li></ol> <p><i>Anmerkung: Was als „besser“ bzw. „gut“ gesehen wird, wird bewusst offengelassen und soll bei Nachfragen der Schüler/innen auch nicht eingegrenzt werden.</i></p> <p>Im Anschluss werden im Plenum die Argumente gesammelt und besprochen. Dabei soll deutlich werden, dass es keine richtige Entscheidung gibt und diese von unterschiedlichen Argumenten beeinflusst wird (z.B. Produktqualität, Preis, Status, gutes Gewissen, Mode, Gesundheit etc.). Aufgrund der Fragestellung „Was ist das bessere Produkt?“ wird erwartet, dass die Entscheidungen der Schüler/innen auch moralisierende Nachhaltigkeits-Appelle und „Soll-Normen“ (z.B. „Man soll möglichst nachhaltig einkaufen“, „Man soll Bio einkaufen“, „Man soll frisches Essen zubereiten, anstatt Fertigprodukte“ etc.) widerspiegeln. Je nachdem welche Argumente und Erfahrungen die Schüler/innen einbringen, können unterschiedliche Aspekte in der Diskussion vertieft werden, wobei pauschale Vereinfachungen kritisch reflektiert werden sollen. Der Fokus des weiteren Unterrichtsbeispiels liegt aber nicht auf einer differenzierten Erarbeitung dieser Aspekte, sondern auf der Betrachtung des Spannungsfelds zwischen moralisierendem nachhaltigen Konsum (der oft auch mit höheren Preisen verbunden ist) und sozialer Ungleichheit (unterschiedliche Leistbarkeit).</p> | 15 Min. |
|----------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|



|                     |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |              |            |
|---------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------------|
| Erarbeitungsphase 1 | Was ist leistbar?        | <p>Die Schüler/innen arbeiten in Partnerarbeit und erhalten jeweils die Arbeitsblätter M1 und M2. M1 enthält Preisvergleiche der in der Einführung angesprochenen Produkte bzw. Wahlmöglichkeiten. M2 stellt anhand von Steckbriefen drei fiktive Familiensituationen dar, die jeweils auch Informationen zu Netto-Einkommen, monatlichen Ausgaben etc. beinhalten. Anhand der gegebenen Steckbriefe erarbeiten die Schüler/innen in Partnerarbeit den Arbeitsauftrag (M2).</p> <p>Durch den Vergleich der sozialen Soll-Normen (was wird gesellschaftlich als wünschenswert verstanden) und den Familien-Situationen (was ist den Personen in ihren sozio-ökonomischen Verhältnissen zugänglich) können Spannungsfelder sichtbar werden: Die Schüler/innen erkennen, dass nachhaltiges Konsumieren auch voraussetzungs-voll sein kann und nicht für alle Menschen leistbar ist, was auch zu sozialer Ausgrenzung führen kann. Die Ergebnisse der Beantwortung der beiden Fragestellungen auf M2 werden von den Schülerinnen und Schülern schriftlich in Stichworten festgehalten. Diese werden für die weitere Bearbeitung des Themas benötigt.</p> <p><u>Anmerkung:</u><br/>Als differenzierendes Element können die Schüler/innen auch nur die ersten beiden Steckbriefe bearbeiten und der dritte wird nur von den schnelleren Schülerinnen und Schülern bzw. Zweierteams bearbeitet.</p> | M1<br><br>M2 | 15<br>Min. |
| Erarbeitungsphase 2 | Vergleich der Ergebnisse | <p>Die Schüler/innen bilden nun Kleingruppen zu je 3 oder 4 Personen, wobei die Partner/innen aus der vorherigen Arbeitsphase auch in derselben Gruppe sein können. Idealerweise werden so viele Gruppen gebildet, wie Thesen im Zuge des Schreibgesprächs diskutiert werden sollen.</p> <p>In diesen Gruppen tauschen sich die Schüler/innen zunächst (5 bis 10 Minuten) über die Ergebnisse ihrer Partnerarbeiten aus.</p> <p><u>Anmerkung:</u> Ideal wären sechs oder sieben Gruppen. Bei 4er-Gruppen können jeweils zwei Teams diese Gruppe bilden. Es können Thesen weggelassen oder hinzugefügt werden.</p> <p>In der Zwischenzeit bereitet die Lehrperson das Schreibgespräch vor, indem sie die Flipcharts mit den Thesen (M3) in der Klasse verteilt auflegt oder an die Wand hängt.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | M3           | 5<br>Min.  |

|                     |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |            |
|---------------------|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------|
| Erarbeitungsphase 2 | Schreibgespräch | <p>Nun startet das stumme Schreibgespräch. Die Schüler/innen haben die Aufgabe in stiller Atmosphäre, ohne zu sprechen, von Plakat zu Plakat zu gehen und Kommentare, Stellungnahmen und Ansichten zu den Thesen auf die jeweilige Flipchart zu schreiben. In die Beurteilung der Aussagen, sollen sie Überlegungen miteinbeziehen, die sie sich eingangs zu den Entscheidungsfragen sowie zu den Preisvergleichen und den drei Familien-Steckbriefen gemacht haben.</p> <p>Zu den Kommentaren der Mitschüler/innen kann jede/r seine eigenen Kommentare aufschreiben, die wiederum von anderen kommentiert oder weiterentwickelt werden können. Es können auch Symbole und kleine Zeichnungen hinterlassen werden. Im Verlauf dieses Rundgangs entsteht so zu jede/r These ein Poster, das immer mehr mit Kommentaren, Ideen und Anmerkungen gefüllt wird.</p> <p>Die Schüler/innen können selbst wählen, welche und wie viele Thesen sie im vorhandenen Zeitraum bearbeiten, es müssen nicht alle Thesen von allen Schülerinnen und Schülern kommentiert werden.</p> <p><u>Anmerkung:</u> Damit kein "Schreibstau" entsteht, sollten Thesen-Flipcharts möglichst weit voneinander entfernt positioniert werden.</p> <p>Das Schreibgespräch kann auch in der Einheit 2 fortgesetzt werden.</p> |  | 15<br>Min. |
|---------------------|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------|



## Einheit 2: „Kritische Thesendiskussion“

|                     |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |                        |
|---------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------|
| Einstieg            | Wiederholung               | <p>Um einen erneuten Einstieg in die Fortführung des Themas zu finden, kann gefragt werden, an welche Thesen sich die Schüler/innen erinnern. Als Hilfestellung können evtl. Satzanfänge von der Lehrperson genannt werden, welche von den Schülerinnen und Schülern vervollständigt werden.</p> <p><i>Anmerkung: Im Falle einer Doppelstunde ist dieser Einstieg ins Thema nicht notwendig.</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  | 5 Min.                 |
| Erarbeitungsphase 3 | Auswertung Schreibgespräch | <p>Bei Bedarf Fortführung des Schreibgesprächs.</p> <p>Die ausgefüllten Poster werden nach Zufall oder Interesse auf die Kleingruppen der letzten Einheit (oder neue Gruppenzusammensetzungen) aufgeteilt. In den Gruppen werten die Schüler/innen die Thesen-Plakate aus, die in der vorherigen Stunde im Zuge des Schreibgesprächs kommentiert wurden.</p> <p>Dabei kann die Aufgabe zum Beispiel lauten, die Aussagen der Poster in wenigen Sätzen zusammenfassend darzustellen.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  | 10 Min.<br><br>10 Min. |
| Sicherung           | Synthese und Reflexion     | <p>Jede Gruppe liest nun ihre These im Plenum vor und präsentiert die Auswertung des Schreibgesprächs.</p> <p>Im Plenum werden die Argumente diskutiert und weitere Aspekte eingebracht. Die Lehrperson fungiert als Moderator/in und achtet darauf, dass auch Arbeitsergebnisse aus M2 und Eindrücke aus dem Unterrichtseinstieg in die Diskussion eingehen.</p> <p>Bei der Diskussion ist darauf zu achten, dass die Thesen kritisch hinterfragt werden und offensichtlich wird, dass es kein „richtig oder falsch“ gibt. Begriffe der sozialen Ausgrenzung, Lifestyle-Konsum etc. werden im Zuge der Diskussion geklärt. Sollten nicht alle vorhandenen Thesen im Schreibgespräch verwendet worden sein, können ggf. übrige Thesen im Plenum diskutiert werden.</p> <p><i>Anmerkung: Zu den Begriffen der sozialen Ausgrenzung, Lifestyle-Konsum etc. gibt es in den Lösungsvorschlägen zur Thesendiskussion ergänzende Hinweise.</i></p> |  | 25 Min.                |



## Was ist besser?

### M1 Preisvergleich

#### Eier von Hühnern aus Bodenhaltung



10 Eier aus Bodenhaltung: 1,69 € \*

#### Eier von Hühnern aus Freilandhaltung



10 Eier aus Freilandhaltung: 4,49 € \*

#### Tiefkühlpizza



Tiefkühlpizza Salami (350 g): 0,75 \*

#### Selbstgemachte Pizza



Preise der Zutaten für eine selbstgemachte  
Salamipizza für 2 Personen: ca. 5,00 € \*

#### T-Shirt vom Discounter



T-Shirt vom Discounter: 1,00 € \*\*

#### T-Shirt vom Fachgeschäft



T-Shirt aus Fachgeschäft: 19,90 € \*\*

\* Angaben entsprechen den Preisen vom 4.8.2020 einer bekannten Handelskette.

\*\* Angaben entsprechen den Preisen einer Eigenrecherche vom 11.09.2020 bzw. 5.10.2020.

## Steckbriefe

### M2 Partnerarbeit

Lest die Steckbriefe aufmerksam durch. Bearbeitet im Anschluss anhand der drei Steckbriefe folgende Aufgabenstellungen:

1. Überlegt nacheinander für welches Produkt (Eier, Pizza und T-Shirt) sich Martina, Anna sowie Claudia und Robert aufgrund ihrer Lebenssituation entscheiden würden bzw. können. Bezieht die Preisangaben zu den Produkten in **M1** in eure Überlegungen mit ein. Hilfestellung: um eine bessere Vorstellung zu haben, könnt ihr auch berechnen, wie viel Geld jeweils pro Tag übrigbleibt.
2. Vergleicht die Kaufentscheidungen aus Aufgabe 1 („Was können sich die Personen leisten? Was ermöglicht ihnen ihre Lebenssituation?“) mit dem Ergebnis aus dem Unterrichtseinstieg („Was wird als „besser“ angesehen?“). Überlegt gemeinsam, wie sich die unterschiedlichen Personen bei ihren Kaufentscheidungen fühlen könnten.

**Name:** Martina K.

**Alter:** 37 Jahre

**Familie:** alleinerziehend, Sohn Robert ist 9 Jahre, Tochter Rosa ist 12 Jahre alt

**Beruf:** Angestellte in einem Supermarkt; 40-Stunden Woche, arbeitet auch samstags

**Einkommen:** ca. 1 500 € netto im Monat, zusätzlich monatlich ca. 300 € Familienbeihilfe.

**Ablauf eines typischen Werktages:** nach einem Arbeitstag bereitet Martina meist noch schnell ein Abendessen und hilft ihren Kindern bei ausstehenden Hausübungen.

**Was ist ihr wichtig:** ihren Kindern eine gute Ausbildung zu ermöglichen.

**Finanzen:** Nach Abzug aller monatlichen Fixausgaben (für Wohnung, Mobilität, Versicherung, Handys, Schule inkl. Tagesbetreuung, ...) bleiben der Familie im Monat noch ca. 780 € für Essen, Kleidung, Freizeitaktivitäten, Sparen und Ähnlichem.



**Name:** Anna S.

**Alter:** 34 Jahre

**Familie:** Single, keine Kinder

**Beruf:** Lehrerin

**Einkommen:** ca. 2 500 € netto im Monat

**Ablauf eines typischen Werktages:** Nach der Arbeit in der Schule kommt Anna mittags nach Hause und wärmt sich meistens was Übriggebliebenes vom Vortag auf. Wenn sie Nachmittag keinen Unterricht mehr hat, arbeitet sie von daheim. Abends kocht sie gerne reichhaltige und frisch zubereitete Gerichte. In ihrer Freizeit betreibt sie viel Sport und geht auch gerne mit Freundinnen und Freunden essen.

**Was ist ihr wichtig:** einen guten Ausgleich zwischen Arbeit und Freizeit zu haben.

**Finanzen:** Nach Abzug aller monatlichen Fixausgaben (für Wohnung, Mobilität, Versicherung, Handy, ...) bleiben ihr noch ca. 1 400 € für Essen, Kleidung, Freizeitaktivitäten, Sparen und Ähnlichem.

**Name:** Claudia und Robert W.

**Alter:** 35 und 40 Jahre

**Familie:** Sohn Thomas ist 13 Jahre

**Beruf:** Claudia arbeitet Vollzeit als Abteilungsleiterin in einer Firma, Robert arbeitet halbtags als Buchhalter.

**Einkommen:** ca. 3 300 € netto im Monat, zusätzlich monatlich ca. 140 € Familienbeihilfe

**Ablauf eines typischen Werktages:** Robert arbeitet nur halbtags und ist bereits zu Hause, wenn Thomas von der Schule heimkommt. Er bereitet ein Mittagessen vor und betreut Thomas anschließend bei der Hausübung. Thomas hat einmal pro Woche Klettertraining und einmal Musikunterricht. Das Wochenende verbringt die Familie meist mit sportlichen Aktivitäten, im Sommer gehen sie am liebsten klettern.

**Was ist ihnen wichtig:** Ausgewogene Ernährung vor allem für ihren Sohn, sportliche Aktivitäten mit der Familie.

**Finanzen:** Nach Abzug aller monatlichen Fixausgaben (für Wohnung, Mobilität, Versicherung, Handys, Schule, ...) bleiben ihnen noch ca. 1 800 € für Essen, Kleidung, Freizeitaktivitäten, Sparen und Ähnlichem.

## Thesendiskussion

### M3 Thesen für das Schreibgespräch

Oft kauft man Produkte nicht, weil man sie unmittelbar braucht. Vielmehr will man mit dem Konsum dieser Produkte anderen Menschen zeigen, wer man sein will und was man sich leisten kann. (Prestige)

Durch nachhaltigen Konsum kann man sich ein gutes Gewissen erkaufen, da man sich anscheinend für die Umwelt und Menschen einsetzt.

Kann man sich nachhaltigen Konsum nicht leisten, kann das dazu führen, dass man **sozial ausgegrenzt** wird.

Eine Person ist dann sozial ausgegrenzt, wenn sie Nachteile in bestimmten Bereichen unserer Gesellschaft hat (z. B. am Arbeitsmarkt, beim Konsum, in der Bildung, bei der Freizeitgestaltung). Beispiel: Wenn für eine Schule oder ein Studium an der Universität hohe Gebühren zu zahlen sind, kann es für Menschen aus schlechter verdienenden Familien schwierig oder sogar unmöglich sein, die Schule zu besuchen oder ein Studium zu beginnen.

(Quelle: [http://www.armut.de/armut-in-deutschland\\_soziale-ausgrenzung.php](http://www.armut.de/armut-in-deutschland_soziale-ausgrenzung.php))

Es gibt auch Möglichkeiten nachhaltigen Konsums, die leistbar für jede/n sind.

Teure Produkte sollen anzeigen, dass sie auch einen höheren Wert haben.

Nachhaltiger Konsum ist nur was für Reiche.

Damit nachhaltiger Konsum möglich ist, müssen viele Voraussetzungen erfüllt sein (Zeit, Geld, ...).

Menschen, die sich nachhaltigere Produkte leisten können, konsumieren oft mehr als andere, die sich diese Produkte nicht leisten können.

Jede/r soll nachhaltig konsumieren.



# Lösungen

## M2 Steckbriefe

Individuelle Lösungen! Mögliche Lösungsansätze können sein:

Martina K.:

1. Martina K. wird sich eventuell für die Eier aus Freilandhaltung entscheiden, da ihr Nachhaltigkeit wichtig ist. Sie kauft sich aber die Tiefkühlpizza, da diese preislich sehr viel billiger ist und sie auch kaum Zeit hat, selbst eine Pizza zu backen. Auch kauft sie eher billigere T-Shirts, v.a. für ihre Kinder.
2. Sie fühlt sich manchmal nicht so gut deswegen. Vor allem bei der Tiefkühlpizza (kauft sie aus Zeitgründen und aus finanziellen Gründen). Auch wenn Martina K. nachhaltigere Produkte kaufen möchte, lässt es ihre finanzielle Situation nicht zu. Umgerechnet stehen ihr pro Tag ca. 26 € für Nahrungsmittel etc. zur Verfügung. Daher kauft Martina in bestimmten Geschäften, wie zum Beispiel Reformhaus, Bio-Supermarkt erst gar nicht ein und kann sich fair gehandelte Kleidung für ihre Kinder nicht leisten.

Anna S.:

1. Anna S. kann sich aus finanzieller Sicht bei allen drei Kaufentscheidungen für das nachhaltigere Produkt entscheiden. Nachhaltigkeit ist ihr wichtig. Anna kocht sehr gern und hat meistens auch genügend Zeit dafür.
2. Der Konsum nachhaltiger Produkte gibt ihr ein gutes Gefühl.

Claudia und Robert W.:

1. Auch Claudia und Robert können sich aus finanzieller Sicht nachhaltige Produkte leisten. Eventuell werden sie aber für ihren Sohn die billigeren T-Shirts kaufen, dafür mehr davon. Nachdem Robert aber nur halbtags arbeitet, hat er auch die Zeit selbst zu kochen.
2. Bei den Lebensmitteln auf Nachhaltigkeit zu setzen gibt ihnen ein gutes Gefühl. Bei der Kleidung vernachlässigen sie aber diesen Gedanken, da ihnen eine größere Auswahl an Kleidung wichtiger ist als ein fair gehandeltes Kleidungsstück zu kaufen.

Als Zusatzinformation zur finanziellen Situation: die ungefähren monatlichen Ausgaben der drei Familien wurden nach einer Vorlage zur Budgetberatung

(<https://www.budgetberatung.at/budgetberatung/beispiele/>) vereinfacht und leicht abgeändert zusammengestellt und können der folgenden Tabelle entnommen werden:

Ausgabenzusammenstellungen

|                                 | Martina K. | Anna S  | Claudia und Thomas W. |
|---------------------------------|------------|---------|-----------------------|
| Wohnung inkl. BK                | 700 €      | 750 €   | 900 €                 |
| Versicherungen/Handys/Mobilität | 170 €      | 350 €   | 600 €                 |
| Schule/Taschengeld              | 150 €      | --      | 100 €                 |
| Summe                           | 1 020 €    | 1 100 € | 1 600 €               |
| Nahrungsmittel                  | 550 €      | 650 €   | 900 €                 |
| Kleidung/Schuhe/Freizeit        | 130 €      | 350 €   | 300 €                 |
| Sparen                          | 100 €      | 400 €   | 600 €                 |
| Summe                           | 780 €      | 1 400 € | 1 800 €               |
| SUMME                           | 1 800 €    | 2 500 € | 3 400 €               |

Quelle: <https://www.budgetberatung.at/budgetberatung/beispiele/>; vereinfacht und leicht abgeändert

### M3 Thesendiskussion

Individuelle Lösungen!

Es werden einige Anhaltspunkte für kontroverse Argumente und Diskussionsimpulse gegeben. Zum Teil stammen die Argumente von Schülerinnen und Schülern der Erprobungsphase.

„Oft kauft man Produkte nicht, weil man sie unmittelbar braucht. Vielmehr will man mit dem Konsum dieser Produkte anderen Menschen zeigen, wer man sein will und was man sich leisten kann. (Prestige)“

- Ich finde man sollte Produkte nur kaufen, wenn man sie wirklich braucht.
- Das ist oft so, dass man sich an dem orientiert, was gerade angesagt ist.
- Ich finde man sollte leistbare Produkte kaufen.

*Zusatzhinweis für Lehrer/innen: In diesem Zusammenhang kann auch der Begriff Life-Style-Konsum eingebracht und diskutiert werden, wofür sich z.B. das Beispiel der LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) eignet. Damit wird eine Lebensweise bezeichnet, die sich stark auf Gesundheit und Nachhaltigkeit ausrichtet. Wertvorstellungen des Lifestyles werden mit Umweltverträglichkeit, individuellem Wohlergehen und Sorge um den Planeten vereinigt. Personen, die dem Typ LOHAS entsprechen, wird eine hohe Kaufkraft zugeschrieben, womit sie auch eine relevante Zielgruppe für Unternehmen darstellen. Auch dies kann sich darum bei der Preisgestaltung von nachhaltigen Produkten niederschlagen.*

„Durch nachhaltigen Konsum kann man sich ein gutes Gewissen erkaufen, da man sich anscheinend für die Umwelt und Menschen einsetzt.“

- Ja, nachhaltiger Konsum als Marke zeigt: „Ich leiste mir Nachhaltigkeit“. Daher kann ich ein gutes Gewissen haben.
- Nein, da es nicht wichtig ist, warum man nachhaltig konsumiert, sondern dass man es macht.

„Kann man sich nachhaltigen Konsum nicht leisten, kann das dazu führen, dass man sozial ausgegrenzt wird.“

- Ja, die Preise von solchen Produkten sind oft teurer. Aus diesem Grund kann man sie sich nicht leisten. Automatisch ist man schlechter gestellt
- Nein, man kann sich in bestimmten Geschäften gar nichts leisten.

*Zusatzhinweis für Lehrer/innen: Soziale Ausgrenzung bedeutet, dass eine Person oder eine Bevölkerungsgruppe nicht die Möglichkeit hat in bestimmten gesellschaftlichen Bereichen (z.B. Arbeitsmarkt, Konsum, Bildung) teilzuhaben oder teilzunehmen. Die Gründe für soziale Ausgrenzung sind unterschiedlich: z.B. Geld, nationale Zugehörigkeit, Geschlecht, ...*

*(Quelle: [http://www.armut.de/armut-in-deutschland\\_soziale-ausgrenzung.php](http://www.armut.de/armut-in-deutschland_soziale-ausgrenzung.php)).*

*Gemeinsam können Beispiele sozialer Ausgrenzung aus der Lebenswelt der Schüler/innen diskutiert werden (z.B. Spiele, bei denen nur Kinder eines bestimmten Geschlechts oder Alters mitmachen dürfen (Ausgrenzung aufgrund von Alter und Geschlecht); In der „Home-Schooling“-Situation aufgrund von Corona konnten einige Schüler/innen nicht am Unterricht partizipieren, wenn in den Familien keine ausreichende Ausstattung an Computern vorhanden war oder die Computer durch „Homeoffice“ usw. besetzt waren...(Ausgrenzung aufgrund mangelnder Ausstattung)*



„Menschen, die sich nachhaltigere Produkte leisten können, konsumieren oft mehr als andere, die sich diese Produkte nicht leisten können.“

- Wenn man sich nachhaltige Produkte kauft, muss man in Folge nicht zwingend mehr konsumieren.
- Menschen, die mehr Geld haben, kaufen sich auch mehr oder fahren weiter und öfter in den Urlaub – das ist auch nicht gut für die Nachhaltigkeit.

*Zusatzhinweis für Lehrer/innen: In Bezug auf das „Mehr“ an Konsum bei dieser These, könnte evtl. der Begriff des „ökologischen Fußabdrucks“ (wenn den Schüler/innen bereits bekannt) Anwendung finden: Mit dem „ökologischen Fußabdruck“ wird gemessen, wie viel Fläche auf der Erde gebraucht wird, um all das herzustellen und zu entsorgen, was ein Mensch für seinen persönlichen Lebensstil benötigt.“ (Quelle: [https://www.hanisauland.de/lexikon/oeko/ökologischer\\_fussabdruck/](https://www.hanisauland.de/lexikon/oeko/ökologischer_fussabdruck/)).*

„Nachhaltiger Konsum ist nur was für Reiche.“

- Teuer ist nicht gleich nachhaltiger.
- Manche Leute können sich es nicht leisten 20 € für ein T-Shirt auszugeben.
- Es kommt drauf an, wie viel Geld man hat, aber wenn man ein Normalverdiener ist, kann man sich Nachhaltigkeit auch leisten.

„Jede/r soll nachhaltig konsumieren.“

- Nein, es ist für viele einfach nicht leistbar. Man soll oder darf nicht dazu gezwungen werden.
- Auf alle Fälle. Nachhaltigkeit ist sehr wichtig. Man schützt damit die Umwelt und auch das Klima.
- Als Jugendlicher hat man meistens nicht so viel Geld.

„Damit nachhaltiger Konsum möglich ist, müssen viele Voraussetzungen erfüllt sein (Zeit, Geld, ...).“

- Ja, z.B. hinsichtlich Zeit beim Zubereiten von Essen, Reparieren von Geräten.
- Oft sind die Preise für sozial oder ökologisch verträglichere Produkte höher.
- Nein, da das nicht immer gültig sein muss, z.B. Tauschmärkte etc.

„Es gibt auch Möglichkeiten nachhaltigen Konsums, die leistbar für jede/n sind.“

- Und falls nicht, muss man eben auf andere Dinge verzichten, nachhaltiger Konsum ist wichtig!
- Ja, da nachhaltige Produkte ja nicht unbedingt sehr viel teurer sein müssen. Und weniger Konsum ist auch nachhaltiger.
- Nein, wie man auch bei Familie von Martina K. sieht, ist nachhaltiger Konsum nicht immer leistbar.

„Teure Produkte sollen anzeigen, dass sie auch einen höheren Wert haben.“

- Ist ein Produkt teurer, kann es nachhaltig produziert worden sein oder auch nicht. Bei billigen Produkten jedoch weiß ich so gut wie sicher, dass sie nicht nachhaltig produziert worden sind.
- Oft bezahlt man mit dem höheren Preis den Markennamen und nicht die Qualität.



# Anhang

## Quellen / Literaturhinweise

### **Kontext zur sozioökonomischen Bildung**

Brunner, Karl-Michael (2014): Nachhaltiger Konsum und soziale Ungleichheit. Working Papers Verbraucherpolitik, Verbraucherforschung. Wien: AK Wien.

### **Titelbild**

<https://pixabay.com/de/photos/supermarkt-regal-verwischen-joghurt-4052658/> (28.10.2020)

### **Bodenhaltung Hühner**

[https://www.landschaftleben.at/website/var/tmp/image-thumbnails/0/3410/thumb\\_two-col/ei-bodenhaltung\\_c-land-schafft-leben.jpeg](https://www.landschaftleben.at/website/var/tmp/image-thumbnails/0/3410/thumb_two-col/ei-bodenhaltung_c-land-schafft-leben.jpeg) (1.09.2020)

### **Freilandhaltung Hühner**

<https://pixabay.com/de/photos/huhn-henne-gefl%C3%BCgel-federvieh-4425557/> (28.10.2020)

### **Tiefkühlpizza**

<https://pixabay.com/de/photos/pizza-steinofenpizza-steinofen-1344720/> (20.08.2020)

### **T-Shirt vom Fachgeschäft**

<https://pixabay.com/de/photos/leere-tshirt-m%C3%A4nnlich-mode-1886008/> (28.10.2020)

### **Budgetbeispiele**

<https://www.budgetberatung.at/budgetberatung/beispiele/> (4.08.2020)

### **Familienbeihilfe**

<https://www.finanz.at/steuern/familienbeihilfe/> (20.08.2020)

### **4-Ecken-Methode**

[https://www.uni-heidelberg.de/md/slk/medien/vier-ecken-methode\\_methodenbox.pdf](https://www.uni-heidelberg.de/md/slk/medien/vier-ecken-methode_methodenbox.pdf) (28.07.2020)

### **Schreibgespräch**

[https://www.bildung-](https://www.bildung-isa.de/files/219b51620fe38c50f166629b8bc0aeaa/methodenkiste_bpb.pdf)

[isa.de/files/219b51620fe38c50f166629b8bc0aeaa/methodenkiste\\_bpb.pdf](https://www.bildung-isa.de/files/219b51620fe38c50f166629b8bc0aeaa/methodenkiste_bpb.pdf) (03.09.2020)

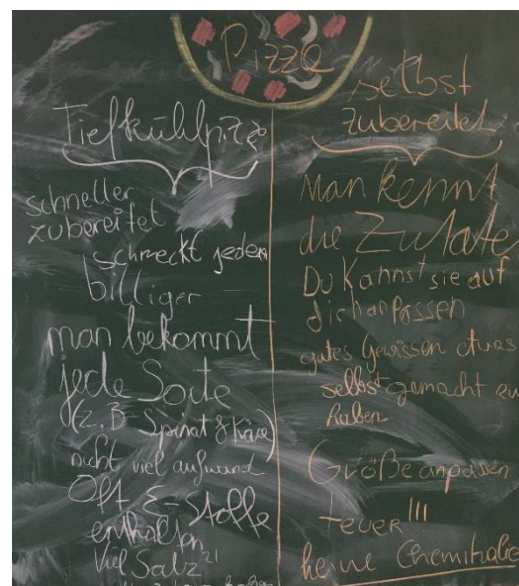
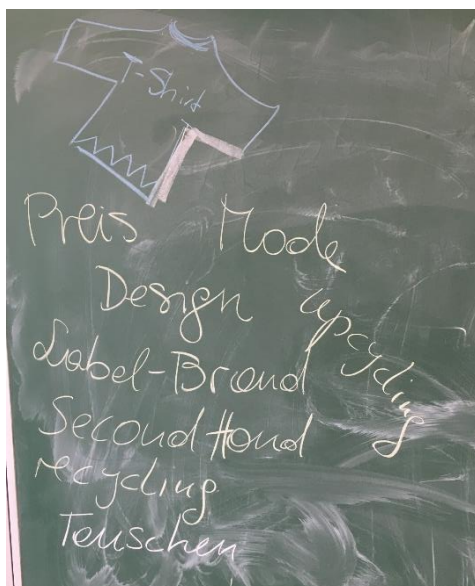
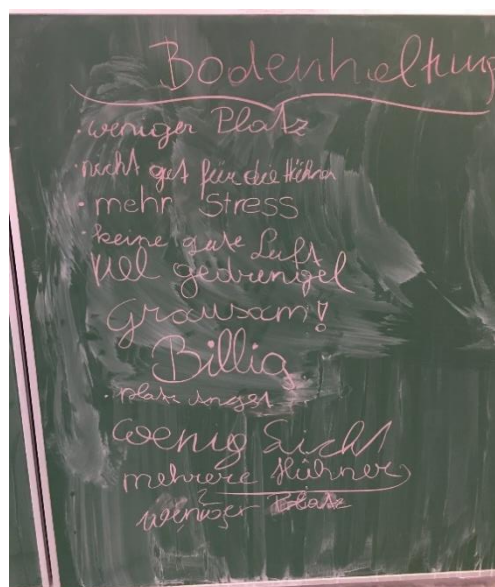
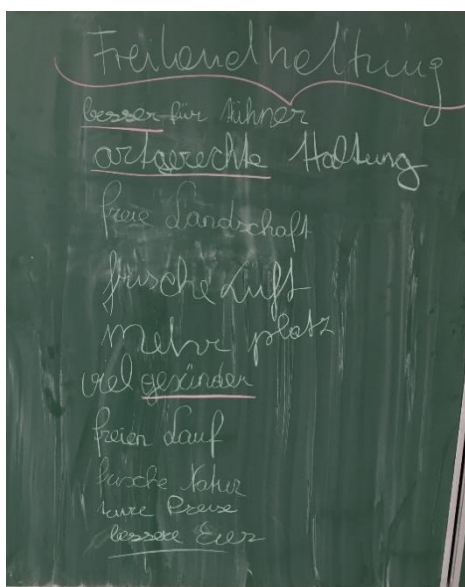


## Erfahrungen

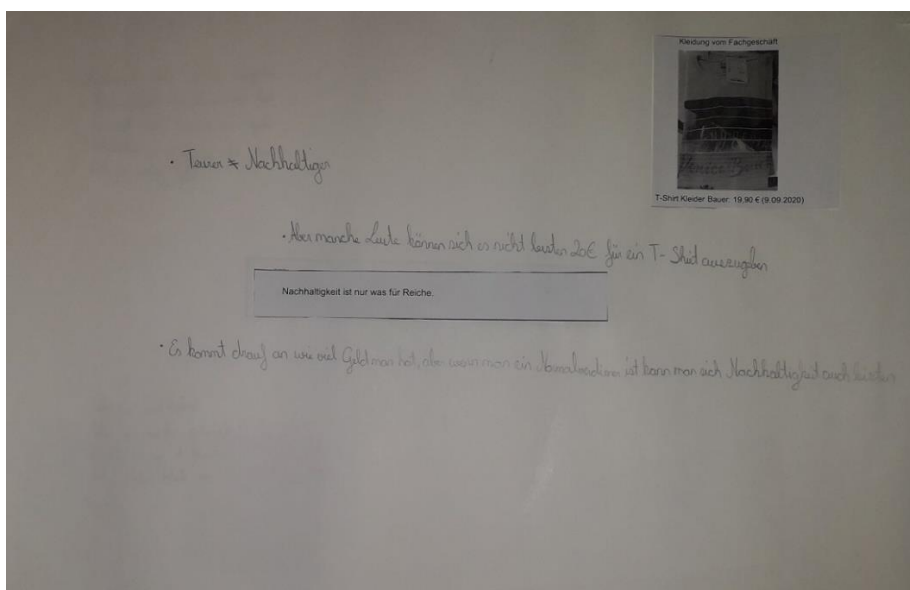
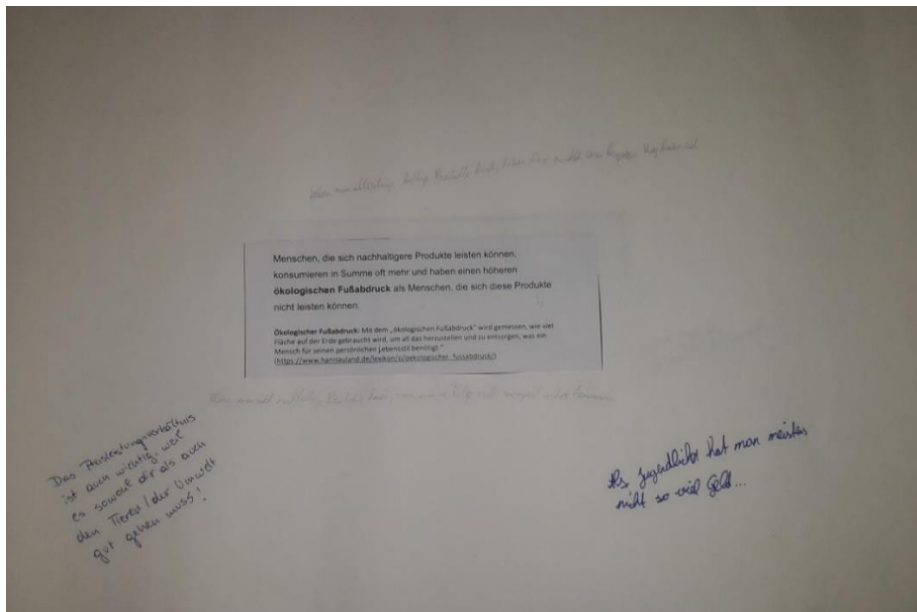
Aufgrund der COVID-19 Pandemie und den dafür notwendigen Hygienemaßnahmen an Schulen im Herbst 2020 wurde bei der Erprobung nur bankweise in Teams gearbeitet, nicht im Sitzkreis oder Gruppen.

Daher wurden auch die verwendeten Methoden abgewandelt und z.B. statt dem Schreibgespräch die Placemat-Methode verwendet.

- Einstieg mit der Gegenüberstellung der Fotos ist für die Schüler/innen sehr ansprechend.
- Es kann notwendig werden die Begriffe „Freilandhaltung“ und „Bodenhaltung“ zu erklären.



- Thesen für das Schreibgespräch: Die Thesen wurden ausgeschnitten und auf DIN A3 Blätter aufgeklebt. Dies ist für das eigentliche Schreibgespräch sowie hier für die Placemat-Methode gut umsetzbar.



## Adaptionshinweise

Je nach der Situation in der Klasse kann es aus Zeitgründen sinnvoll sein, nur zwei Steckbriefe auszuteilen. Das Lesen aller Steckbriefe kann für leseschwache Schüler/innen sehr zeitintensiv sein.