

# Youth of the World!



Wasser



Tabak



Textilien



Schokolade



Mobiltelefone



Fleisch

**Methodenhandbuch**  
zum Globalen Lernen in  
der Jugendarbeit

Eine Publikation von

**SÜDWIND**

## IMPRESSUM

Diese Publikation ist Teil der europäischen Kampagnen: Make Chocolate Fair! & der Clean Clothes Kampagne, die sich ab 2015 intensiver mit dem Thema „Schuhe“ beschäftigt.



**Clean  
Clothes  
Kampagne**

Österreich



**Autor\_innen:**  
Joanna Egger  
Franz Halbartschlager  
David Horvath  
Caroline Sommeregger  
Olivia Tischler

**Lektorart:**  
Olivia Tischler

**Übersetzung:**  
Iris Topolovec

**Grafik:**  
C.E.G.A. & Lukas Pressler

**Druck:**  
Resch Druck. Wien. 2015

zweite, korrigierte Auflage  
Südwind 2015



Dieses Handbuch wurde mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Gemeinschaft erstellt. Die darin vertretenen Standpunkte geben die Ansicht von Südwind wieder und stellen somit in keiner Weise die offizielle Meinung der Europäischen Gemeinschaft dar.

## INHALT

Vorwort 4-6

Einführung zum Globalen Lernen 7-11

KAPITEL 1: **Wasser** 11-32

KAPITEL 2: **Tabak** 33-52

KAPITEL 3: **Schokolade** 53-77

KAPITEL 4: **Textilien** 79-100

KAPITEL 5: **Handy** 101-130

KAPITEL 6: **Fleisch** 131-148

KAPITEL 7: **Werde aktiv!** 149-165

## VORWORT

Wir leben heutzutage in einer sich immer schneller wandelnden und verflochtenen Welt, die voller Möglichkeiten aber auch voller Herausforderungen ist. Jeden Tag können wir spüren, dass wir mit anderen Gegenden dieser Erde verbunden sind und wir wahrlich zu einer globalen Gemeinschaft gehören.

Um Menschen – vor allem der jüngeren Generation – zu ermöglichen die zukünftigen **globalen Herausforderungen** zu meistern, müssen wir Möglichkeiten schaffen ihnen globale Themen näher zu bringen und diese mit ihrem täglichen Leben zu verknüpfen.

Der non-formale Bildungssektor im Bereich der Jugendarbeit ist in den letzten Jahren europaweit stark angewachsen. Als Ergebnis von nationalen und internationalen Initiativen und im Besonderen wegen der Förderungen „Youth Programme“ (2000-2006) und „Youth in Action“ (2007-2013) konnten zahlreiche junge Menschen Kompetenzen (Wissen, Fähigkeiten und Werte) für ein **lebenslanges Lernen** erwerben – sei es als Individuen, als Trainer\_innen oder Moderator\_innen. Nichtsdestotrotz sind viele dieser Initiativen eurozentristisch und haben nur selten einen globalen Fokus. Darüber hinaus und vor allem in den neuen EU-Mitgliedsstaaten, kann man eine große Disparität in der Anzahl der Bildungsmaterialien und Trainingsmöglichkeiten zwischen dem schulischen Bereich und dem non-formalen, außerschulischen Bildungsbereich feststellen.

Um diesem Umstand Rechnung zu tragen und **Globales Lernen stärker in der non-formalen Bildungsarbeit mit jungen Menschen zu verankern**, zielt die vorliegende Publikation darauf ab, globale Themen mit partizipatorischen, lernerzentrierten und dialogorientierten Methoden zielgruppengerecht aufzuarbeiten.

Die **Ziele** der vorliegenden Publikation können wie folgt zusammengefasst werden:

- Eine globale Perspektive in den lokalen Kontext von Jugendlichen einzuführen;
- Jugendarbeiter\_innen dahingehend zu unterstützen, dass sie die Reflexionsfähigkeit von jungen Menschen erhöhen, sodass diese sich als Teil einer globalen Weltgesellschaft verstehen;
- Praktische, methodische Tools und Methoden anzubieten, die das Heranwachsen eines mündigen Weltbürgers bzw. einer mündigen Weltbürgerin unterstützen.

### Zielgruppe:

Das vorliegende Handbuch ist speziell für die außerschulische Jugendarbeit entwickelt worden. Es kann von Jugendarbeiter\_innen, Jugendgruppenleiter\_innen, Trainer\_innen oder Moderator\_innen verwendet werden, die ein Bewusstsein für globale Themen bei jungen Menschen wecken möchten und dies in ihre tägliche Arbeit einfließen lassen möchten.

### Wie entstand dieses Handbuch:

Das Methodenhandbuch ist das Ergebnis eines EU-Projektes „Youth of the World! Mainstreaming Global Awareness in Youth Work“. Es wurde von einem internationalen Expert\_innen-Team aus sechs europäischen Ländern entwickelt. Die Verfasser\_innen kamen einerseits aus der außerschulischen Jugendarbeit und andererseits aus dem Feld des Globalen Lernens, sodass sich diese beiden Expertisen verknüpfen ließen. Der Inhalt – vor allem was die Diversität, Länge und die Eingangsvoraussetzungen der Methoden betrifft – wurde auf Basis von Umfrageergebnissen erarbeitet.

Sowohl in einem Internationalen Workshop in Schottland (September 2013) als auch in einer Internationalen Summer School in Zypern (April 2014) wurden die Anforderungen an die Methoden festgelegt sowie einige Methoden getestet und auf ihre Anwendbarkeit geprüft. Dadurch kann die Einsetzbarkeit in die tägliche Arbeit garantiert werden.

### Themen:

Der produktbezogene Aufbau des Handbuchs soll es jungen Menschen erleichtern, einen Bezug zu ihrem eigenen Leben herzustellen. In den Kapiteln geht es daher um: Wasser, Tabak, Schokolade, Kleidung, Handys und Fleisch. Sie stellen den Ausgangspunkt für eine anhaltende Diskussion rund um globale Realitäten im Zusammenhang mit der internationalen Produktions-, Liefer- und Transportkette dar.

Alle Methoden sprechen zumindest eines der Querschnittsthemen an, auf die sich die Verfasser\_innen beziehen (vgl. nachfolgende Abbildung):

- Nachhaltige Entwicklung
- Arbeits- und Menschenrechte
- Gesundheit und Lebensstil
- Konsum(kritik)
- Soziale Gerechtigkeit
- Globalisierung
- Globale Wechselbeziehungen

Kleine Hifstellung mit der Terminologie:

**Globaler Norden** - üblicherweise inkludiert die Definition Nordamerika, Westeuropa und Australien.

**Globaler Süden** - dieser Begriff umfasst Afrika, Südamerika, Asien inklusive mittlerer Osten.

### Gliederung:

Jedes Kapitel folgt der gleichen Gliederung: Nach einer kurzen **Hintergrundinformation** für die Trainer\_innen folgen zwei ins Thema **einführende Aktivitäten** und danach drei Methoden, die als **Vertiefung** verstanden werden können. Am Ende jedes Kapitels findet der/die Leser\_in auch weiterführende **Links** und Infos. Im letzten Kapitel kann eine Anleitung gefunden werden, wie man selbst aktiv werden kann, um eine gerechtere, friedlichere, tolerantere, sichere und nachhaltigere Weltgesellschaft zu stärken.

*Die Autor\_innen wünschen Ihnen aufregende und fruchtbringende Momente in der Arbeit mit unseren zukünftigen Weltbürger\_innen!*

**Clean  
Clothes  
Kampagne**  
Österreich

**Make  
Chocolate  
Fair**  
Europäische Kampagne  
für faire Schokolade

**Dieses Aktionshandbuch entstand mit der Unterstützung durch die Projekte Make Chocolate Fair! sowie der Clean Clothes Kampagne.**

**SÜDWIND**

Südwind setzt sich als entwicklungspolitische Nichtregierungsorganisation seit über 35 Jahren für eine nachhaltige globale Entwicklung, Menschenrechte und faire Arbeitsbedingungen weltweit ein. Durch schulische und außerschulische Bildungsarbeit, die Herausgabe des Südwind-Magazins und anderer Publikationen thematisiert Südwind in Österreich globale Zusammenhänge und ihre Auswirkungen. Mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen, Kampagnen- und Informationsarbeit engagiert sich Südwind für eine gerechtere Welt.

Thema	Querschnittsthemen						
	Aktivität	Nachhaltige Entwicklung	Arbeits- & Menschenrechte	Globalisierung & globale Wechselbeziehungen	Gesundheit & Lebensstil	Konsum	Soziale Gerechtigkeit & Gleichheit
<b>WASSER</b>	Das Thema Wasser entdecken			X	X		X
	Das Netz des Wassers				X		
	Wem gehört das Wasser		X	X			X
	Wasserverbrauch-check					X	
	Lebenszyklus einer Plastikflasche			X		X	
<b>TABAK</b>	Kettengespräche				X	X	
	Tabak-Activity				X	X	
	Tabakkinder		X	X			X
	Recherchieren, Planen, Handeln	X		X		X	
	Alternativen diskutieren		X	X			X
<b>SCHOKOLADE</b>	Ein Schokolade Quiz		X			X	
	Wer bekommt was		X				X
	Ein Wertschöpfungskettenspiel	X	X	X			
	Film - Schmutzige Schoki		X	X			
	FAIRTRADE Schokolade		X	X			X
<b>TEXTILIEN</b>	Mein Stil, meine Verantwortung			X	X		
	Modebarometer			X	X	X	
	Kenne deine Sachen		X	X			X
	Global Textiles	X				X	
	Akkordarbeit		X				
<b>HANDYS</b>	Pro und Kontra				X		
	Was ist "Technology Justice"	X			X		X
	Faire Arbeitsbedingungen	X	X	X			
	Unfaire Arbeitsbedingungen	X	X	X			
	Technik im Alltag	X		X	X		
	Handy Global	X		X	X		
<b>FLEISCH</b>	Was ist Fleisch				X	X	
	Über Fleisch diskutieren	X			X	X	
	Was steckt hinter einem Burger?	X		X	X		
	GVO Nachrichtensendung	X			X		
	Talkshow Fleischproduktion	X		X			X

## Globales Lernen: eine neue Weltsicht entwickeln

*Globales Lernen ist eine Ermutigung, sich eigenständig und aktiv mit den eigenen Ansichten, Urteilen und der Welt auseinanderzusetzen*

Der Knoblauch aus China, die Musik aus den USA, der Fußball aus Indien, der beste Freund aus Chile, die Jeans, die zwar in der Türkei zusammengenäht wird, deren Einzelteile aber aus verschiedenen Teilen der Erde bereits tausende Kilometer zurückgelegt haben: zunehmende globale politische, wirtschaftliche und soziokulturelle Entwicklungen betreffen immer größere Bereiche unseres alltäglichen Lebens. Manches nehmen wir kaum wahr, anderes begrüßen wir und vieles stellt uns heute vor Herausforderungen, die sich unsere Großeltern kaum vorstellen konnten.

Diese neue Komplexität betrifft Menschen auf der ganzen Welt und löst nicht selten Orientierungslosigkeit aus: Wer fragt nicht ab und zu, wie man den Flexibilitäts- und Mobilitätsansprüchen der Arbeitswelt gerecht werden kann, wie man mit dem rasanten technischen Fortschritt Schritt halten kann, wie Teilhabe in einer pluralistischen Gesellschaft verwirklicht werden kann oder welche ökologischen Folgen der persönliche Konsum hat. Antworten auf diese Fragen liefern die derzeitigen Entwicklungen aber nicht mit und ein hohes Maß an Orientierungsvermögen und Reflexion ist grundlegend, um mit den immer komplexeren weltweiten Zusammenhängen umgehen zu können.

An diesem Punkt setzt Globales Lernen an: als pädagogisches Konzept setzt es sich mit Wertvorstellungen auseinander und vermittelt Kenntnisse und Fähigkeiten, die zu einem erfüllten Leben in unserer globalisierten Welt beitragen. Globales Lernen ist ein Konzept, das globale Themen und Fragen grundsätzlich als Querschnittsaufgaben von Bildung definiert und dem Leitbild einer weltweiten nachhaltigen Entwicklung und einer sozialen Gerechtigkeit verpflichtet ist.

### Was ist Globales Lernen?

Globales Lernen wird im englischen Sprachraum seit den 1970er Jahren als konzeptioneller Begriff verwendet. In Mitteleuropa wurde seit den 1990er Jahren erstmals von Globalem Lernen gesprochen. In der schulischen und außerschulischen Bildungsarbeit wurde Globales Lernen seither verstärkt als Konzept thematisiert und diskutiert.

Sehr häufig werden zwei Definitionen des Globalen Lernens verwendet, die 2002 im Rahmen der Maastricht Global Education Deklaration verabschiedet wurden:

- Global Education is education that opens people's eyes and minds to the realities of the globalised world and awakens them to bring about a world of greater justice, equity and Human Rights for all.
- Global Education is understood to encompass Development Education, Human Rights Education, Education for Sustainability, Education for Peace and Conflict Prevention and Intercultural Education; being the global dimension of Education for Citizenship

### Die Welt als Ganzes: Die Themen des Globalen Lernens

Der thematische Rahmen Globalen Lernens ist sehr breit gefasst und Themen wie soziale Gerechtigkeit, die weltweite Verteilung von Ressourcen, Frieden und Konfliktprevention, weltweiter Klimawandel und unser Verhältnis zur Umwelt, aber auch Fragen des interkulturellen Zusammenlebens sollen in unserem Verständnis Inhalte einer differenzierten Bildungsarbeit sein. Der Erziehungswissenschaftler Wolfgang Klafki sieht als Ausgangspunkt von Lernen im globalen Sinne die so genannten „Schüsselfragen der Gegenwart und Zukunft“, womit er lebens- und überlebensrelevante Themen der heutigen Zeit meint.

Wichtig ist die Feststellung, dass Globales Lernen nicht in erster Linie von den Problemen der ‚fernen Dritten Welt‘ handelt, sondern dass Globales Lernen sich vor allem mit der Frage beschäftigt: Welche Rolle spielen wir als Teil einer vielfältigen und globalisierten Welt und einer sich entwickelnden Weltgesellschaft? Dabei kommt es auch darauf an, die kulturelle Gebundenheit und Partikularität

der eigenen Weltsicht zu erkennen, anderen Anschauungsweisen mit Achtung und Neugierde zu begegnen und Perspektivenwechsel und Multiperspektivität als Lernprinzip zu erfassen. Wichtig ist es auch, die Bezüge unseres Lebens in einem globalen Rahmen zu sehen und z.B. auch zu erkennen oder aufzuzeigen, welche Zusammenhänge zwischen unserem Leben (als handelnde Personen) und dem Leben von Menschen und Gesellschaften im globalen Süden bestehen.

## Die Welt begreifbar machen: Die Didaktik des Globalen Lernens

Bei Globalen Lernen ist eine wohl überlegte und reflektierte Gestaltung von Bildungsprozessen, von didaktischen Arrangements von Wichtigkeit. Folgende Eckpunkte sind dabei als wichtig zu erachten:

- Erfahrungen, Interessen und Lebenswelten der Lernenden sind Ausgangspunkt des Lernprozesses. Globales Lernen sollte so gestaltet werden, dass es eine Reflexion der Lernenden in Bezug auf ihre Meinungen und Wertvorstellungen, auch hinsichtlich von Vorurteilen oder Stereotype ermöglicht, Spannungsfelder wie Ungewissheiten, Widersprüche und Gefühle der Orientierungslosigkeit zulässt, zum Thema macht und die Fähigkeiten der Lernenden zum Umgang mit diesen Spannungsfeldern stärkt.
- Im Globalen Lernen sind die Methodenvielfalt und der Methodenwechsel von Bedeutung. Dies soll ermöglichen, verschiedene Lerntypen und Lernkanäle anzusprechen. Die Auswahl der Methoden soll auf die Inhalte abgestimmt sein. Soziale und interaktive Lernarrangements bilden einen Schwerpunkt im Globalen Lernen.
- Die übergreifende und verbindende Bearbeitung von Themen ist ein wesentlicher Zugang im Globalen Lernen. Dies ist insbesondere in der schulischen Bildungsarbeit eine relevante Herausforderung.

## Lernort und Lernverständnis des Globalen Lernens

Bei Globalem Lernen verstehen wir Lernen als ständigen Prozess, der sich nicht allein auf Inhalt und festgelegte Lehr- und Lernrollen beschränken lässt. In der Interaktion mit anderen können sich diese Rollen verschieben. Das Bewusstsein, dass alle Lehrende und Lernende sind, erlaubt einen gewinnbringenden Zugang aller Beteiligten auf gleicher Augenhöhe.

Inhalte und Methoden des Globalen Lernens sowie die Bedürfnisse der Lernenden erfordern einen flexiblen Umgang mit zeitlichen und räumlichen Ressourcen. Darum soll Globales Lernen nicht durch festgelegte Stundeneinheiten oder Raum- und Sitzordnungen eingeengt werden. Nachdem im Globalen Lernen auch sensible Inhalte wie Rassismus oder Flucht angesprochen werden, ist es von größter Wichtigkeit, Rahmen zu schaffen, in dem sich die Beteiligten wohl fühlen, der freie Meinungsäußerungen zulässt und in dem Konflikte oder Meinungsunterschiede respektvoll austragen werden können. Denn Respekt ist das Fundament, das gemeinsames Zusammenleben und eine verantwortungsbewusste Lebensgestaltung ermöglicht. Sich in andere hineinzusetzen kann manchmal ganz schön schwierig sein, aber nur die Auseinandersetzung mit verschiedenen Standpunkten ermöglicht eine differenzierte Meinungsbildung. In diesem Prozess werden alle Sichtweisen überdacht, neu hinterfragt und divergierende Ansichten einander gegenübergestellt. Dadurch zu einem Ergebnis zu finden, mit dem alle glücklich sind, ist nicht das angestrebte Ziel, denn es geht nicht darum, dass alle zur gleichen Ansicht oder Einsicht gelangen. Wichtig hingegen ist, verschiedene Meinungen zu hinterfragen und zu respektieren. Jeder Mensch vertritt unterschiedliche Interessen. Unterschiedliche Bedürfnisse und Interessen können zu Konflikten führen (auf globaler, wie auch auf lokaler Ebene). Darum ist es wichtig, auch in der Lernumgebung – also in einem geschützten Rahmen – Konflikte zuzulassen. Konflikte werden es immer geben, darum soll Globales Lernen kein Elfenbeinturm sein, in dem diese Tatsache ausgespart wird. Viel eher soll ein lösungsorientierter, respektvoller Konfliktumgang vermittelt werden.

In unserer langjährigen Erfahrung hat sich gezeigt, dass Kinder und Jugendliche diese methodischen Ansätze sehr positiv aufnehmen und in einem wertschätzenden Rahmen aktive Teilnahme

schnell wachsen können. Das Gefühl, ernst genommen zu werden – also die Lerner\_innenorientierung – spielt dabei sicherlich eine wichtige Rolle.

### **Anstelle einer Zusammenfassung**

Globales Lernen vermittelt keinen bestimmten Inhalt oder eine bestimmte Meinung. Globales Lernen soll vielmehr dazu ermächtigen, sich kritisch mit sich selbst und seiner Umwelt in einer globalen Welt auseinanderzusetzen, sich ein eigenes Urteil bilden zu können und sich aktiv für seine Ansichten einsetzen zu können. Wissen um die Globalität und Respekt gegenüber allen Menschen sowie der Umwelt bilden den inhaltlichen und weltanschaulichen Rahmen.

Globales Lernen gibt keineswegs Antworten auf alle Fragen unserer Zeit, aber es ermöglicht in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen, junge Menschen dabei zu unterstützen, bewusste Weltbürger\_innen zu werden, die kritisch hinterfragen und sich für ihre Ideale engagieren.

### **Weitere Informationen, Lehr- und Lernangebote finden Sie hier:**

<http://www.globaleducationweek.at/>

<http://www.globaleslernen.at/>

<http://www.suedwind-agentur.at/bilden>

<http://www.baobab.at/bibliothek-im-c3>

### **Beratung – Verleih – Vermittlung zu globalen und entwicklungspolitischen Themen in unseren Südwind Infotheken:**

Von Vorarlberg bis Wien finden Sie Unterrichtsmaterial, Sachliteratur sowie DVDs zum Verleih! Gerne beraten wir Sie während unserer Öffnungszeiten. Für mehr Informationen besuchen Sie unsere Website: **[www.suedwind-agentur.at/infotheken](http://www.suedwind-agentur.at/infotheken)**



# Kapitel 1 .. Wasser



## INHALT

HINTERGRUNDINFORMATIONEN — WASSER	12
<b>TEIL 1: THEMEN RUND UMS WASSER KENNENLERNEN</b>	<b>14</b>
AKTIVITÄT 1: DAS THEMA WASSER ENTDECKEN	14
AKTIVITÄT 2: DAS NETZ DES WASSERS	17
<b>TEIL 2: THEMEN RUND UMS WASSER VERTIEFEN</b>	<b>20</b>
AKTIVITÄT 3: WEM GEHÖRT DAS WASSER?	20
AKTIVITÄT 4: WASSERVERBRAUCH-CHECK	23
AKTIVITÄT 5: DER LEBENSZYKLUS EINER PLASTIKFLASCHE	26
<b>TEIL 3: WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN</b>	<b>32</b>

## HINTERGRUNDINFORMATIONEN — WASSER

### Wasser – Baustein des Lebens

Aus dem All betrachtet ist die Erde ein blauer Planet, rund zwei Drittel der Erdoberfläche sind Wasser. Auch der Mensch besteht zu fast zwei Dritteln aus Wasser. Keine Körperzelle kann ohne Wasser funktionieren. ALLE Lebensprozesse sind auf Wasser angewiesen! (bei Menschen, Tieren, Pflanzen).

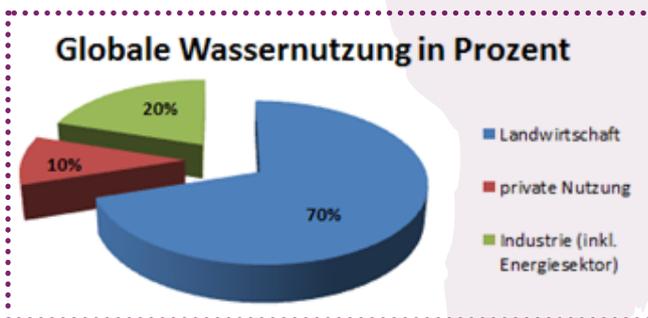
Die Menge des Wassers auf unserem Planeten ist eine fixe Größe. Es wird nicht mehr und nicht weniger, es wandert quasi immer im Kreis: Meer – Verdunstung – Regen – Boden – Gewässer – Meer. Dieser Wasserkreislauf wiederholt sich schon seit Millionen von Erdenjahren. Dies bedeutet in weiterer Folge auch, dass unser momentaner Umgang mit der Ressource Wasser auch für künftige Generationen entscheidend ist.

Insgesamt gibt es rund 1,4 Milliarden Kubikkilometer Wasser auf der Erde:

- 97 % Salzwasser
- 3 % Süßwasser (davon wiederum nur ein Drittel nutzbares Süßwasser, der Rest ist in Gletscher- und Antarktiseis gespeichert etc.).

### Wasser – knappes Gut

Der Wasserbedarf der Menschheit ist in den letzten 300 Jahren um das 35fache gestiegen – allein in den letzten 80 Jahren hat er sich versechsfacht!



Das hat viele Gründe: einerseits ist die Weltbevölkerung gewachsen, andererseits leisten wir uns heute einen Lebensstil, der einen viel höheren Wasserverbrauch mit sich bringt als früher. Außerdem verschmutzen wir durch unseren Lebensstil auch Gewässer: Wasser wird dadurch unbrauchbar.

Ein Beispiel für den Zusammenhang von Lebensstil und Wasser: Mit 15.000 Kubikmetern Wasser kann man (das sind fünf Turnhallen voll Wasser):

- Einen Hektar Reisfeld ein Jahr lang bewässern;
- 100 Familien am Land vier Jahre lang mit Wasser versorgen;
- 100 Gäste in einem Luxushotel 55 Tage lang mit Wasser versorgen.



Der durchschnittliche Wasserverbrauch in Österreich liegt bei 135 Liter pro Person und Tag. Das ist allein der direkte Wasserverbrauch, wenn der „virtuelle“ (in Produkten versteckter Verbrauch!) eingerechnet wird, sind es mehr als 4.000 Liter Wasser pro Tag und Person. Im Vergleich liegt der durchschnittliche Wasserverbrauch in einem indischen Haushalt bei 25 Liter pro Person und Tag.

### **Wasser – ein Menschenrecht?**

Das Menschenrecht auf Wasser ist nicht überall verwirklicht. Obwohl Wasser die Voraussetzung allen Lebens auf unserem Planeten ist, lebt jede zehnte Person auf der Welt ohne Zugang zu sauberem Wasser. Insgesamt gibt es sogar mehr Menschen auf der Welt, die ein Handy besitzen, als Menschen, die Zugang zu einer Toilette haben!

Darüber hinaus ist auch die Verteilung, wie viel Geld Menschen für Wasser ausgeben müssen, global äußerst ungerecht: In vielen Städten in Ländern des Globalen Südens geben Menschen bis zu 20 % ihres Einkommens für Trinkwasser aus – in Österreich sind nicht einmal 1 % des Einkommens dafür nötig.

### **Das virtuelle, unsichtbare Wasser**

Der Mensch nutzt große Mengen Wasser zum Trinken, Kochen und Waschen. Weitaus mehr Wasser verbrauchen wir allerdings indirekt – über unsere Lebensmittel, Kleidung und andere Konsumgüter. Doch wie viel Wasser braucht es eigentlich um Tomaten anzubauen, ein Rind großzuziehen oder ein T-Shirt zu produzieren?

Um diese Größe zu messen, führte J.A. Allan 1994 den Begriff „virtuelles Wasser“ ein. Es beschreibt jene Menge Wasser, die in einem Produkt oder einer Dienstleistung enthalten ist bzw. zur Herstellung verwendet (= verbraucht, verschmutzt oder verdunstet!) wird.

Zum Beispiel wird im Durchschnitt für die Produktion von 1 kg Tomaten 184 Liter Wasser benötigt. Für eine Tasse(!) Kaffee fallen sogar über 140 Liter an.

## TEIL 1: THEMEN RUND UMS WASSER KENNENLERNEN

### AKTIVITÄT 1: Das Thema Wasser entdecken

#### Überblick:

Die Teilnehmer\_innen lesen und analysieren den Text und lernen so die wichtigsten globalen Fragen rund um das Thema Wasser kennen. Außerdem werden Ursachen, Folgen und weltweite Abhängigkeiten besprochen.

#### Ziele:

- Die Wechselwirkungen zwischen Wasser und den verschiedensten Lebensbereichen besser verstehen;
- Sich mit Wasserproblemen auf lokaler, nationaler und globaler Ebene auseinandersetzen.

**Zeitbedarf:** 90 Minuten

**Gruppengröße:** 10 – 25

**Altersgruppe:** 17+

#### Benötigte Materialien:

- Kopien des Artikels „Mehrheit der Weltbevölkerung leidet ,innerhalb zweier Generationen unter Wasserknappheit“
- Flipchart-Papier
- Plakatstifte

#### Vorbereitung:

- Bereiten Sie pro Teilnehmer\_in eine Kopie des Artikels „Mehrheit der Weltbevölkerung leidet ,innerhalb zweier Generationen unter Wasserknappheit“ vor.

#### Anleitung:

##### 1. Teil: Einzelaufgabe

**1. Schritt:** Teilen Sie die Kopien des Artikels „Mehrheit der Weltbevölkerung leidet innerhalb zweier Generationen unter Wasserknappheit“ aus. Geben Sie den Teilnehmer\_innen die Aufgabe, den Artikel zu lesen und die Fakten im Text wie folgt zu markieren:

Symbol	Bedeutung des Symbols
+	Aussagen, die das bestätigen, was ich schon weiß
-	Aussagen, die dem widersprechen, was ich bis jetzt angenommen habe
!	Neue interessante und wichtige Fakten
?	Aussagen/Fakten, die ich nicht verstehe

##### 2. Teil: Gruppendiskussion

**1. Schritt:** Teilen Sie die Teilnehmer\_innen in Kleingruppen mit je 4-5 Personen. Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, den Artikel zu besprechen sowie zu versuchen, folgende Fragen zu beantworten. Die Antworten sollten auf ein Flipchart-Papier geschrieben werden.

- Was sind die wichtigsten Probleme, die im Artikel angesprochen werden?
- Wie sind Menschen in eurer Umgebung davon betroffen?
- Wie sind Menschen in Österreich davon betroffen?
- Wie sind Menschen weltweit davon betroffen?
- Was sind die Gründe dafür?
- Sind die Gründe für Menschen weltweit dieselben?
- Welche Lösungen könnte es geben?

- Sind die Lösungen für Menschen weltweit dieselben?
- Wenn etwas in einem Teil der Welt passiert, hat dies Einfluss auf Menschen in anderen Teilen der Welt?
- In welcher Hinsicht ist das ein globales Thema?

**2. Schritt:** Bitten Sie jede Gruppe, den anderen Gruppen im Plenum ihre Meinungen mitzuteilen.

### **Nachbereitung und Reflexion:**

Sie können die beiden Teile der Aktivität getrennt nachbereiten. Vorschläge für Fragen zur Nachbereitung der Einzelaufgabe:

- Was sind für euch die interessantesten Fakten in diesem Artikel?
- Was war neu für euch? Habt ihr im Artikel Fakten gefunden, die ihr noch nicht gewusst habt?
- Was hat euch am meisten überrascht?
- Gibt es im Artikel Fakten oder Aussagen, denen ihr nicht zustimmt?

Setzen Sie die Nachbereitung nach der Gruppendiskussion fort, indem Sie darüber sprechen, was die Teilnehmer\_innen aus der Aktivität gelernt haben. Fragen zur Nachbereitung der Gruppendiskussion:

- Gab es Fragen, die für euch schwierig zu beantworten waren?
- Welche Themen, die während der Aktivität angesprochen wurden, waren euch schon bekannt?
- Hattet ihr irgendeine neue Erkenntnis? Etwas, worüber ihr davor noch nie nachgedacht habt?
- Welche Themen rund ums Wasser, die während der Aktivität angesprochen wurden, sind am wichtigsten für euch, für eure Umgebung, für Österreich, für die ganze Welt?

### **Folgeaktivitäten:**

Sie können die Plakate der einzelnen Gruppen im Raum aufhängen und von diesen ausgehend konkrete Themen im Detail diskutieren.

### **Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

- Je nach verfügbarer Zeit und Eingangsvoraussetzungen der Teilnehmer\_innen können Sie die Anzahl der Fragen für die Gruppendiskussion reduzieren.
- Der Artikel kann angepasst oder durch einen anderen ersetzt werden, damit er dem Alter und den Voraussetzungen der Teilnehmer\_innen entspricht.
- Anstelle des Artikels können Sie Fotos oder Videos, die Themen rund ums Wasser abbilden, einsetzen.



## ARBEITSBLÄTTER

### Artikel: Mehrheit der Weltbevölkerung leidet unter Wasserknappheit.

Die Mehrheit der neun Milliarden Menschen auf der Erde wird infolge von Klimawandel, Umweltverschmutzung und übermäßiger Nutzung von Ressourcen innerhalb von zwei Generationen von einer massiven Verringerung des Süßwassers betroffen sein, warnten 500 Forscher.

Die weltweiten Wassersysteme erreichen bald einen kritischen Punkt, der „unwiderrufliche Veränderungen mit möglicherweise katastrophalen Folgen auslösen könnte“, warnten mehr als 500 Wasserexperten und riefen Regierungen auf, sparsamer mit der lebenswichtigen Ressource umzugehen. Es sei falsch, Süßwasser als einen endlos regenerativen Rohstoff zu sehen, denn in vielen Fällen wird Wasser in einem solchen Ausmaß aus unterirdischen Quellen gepumpt, dass es sich auch in mehreren Menschenleben nicht erneuern kann.

„Das sind selbstzugefügte Wunden“, sagte Charles Vörösmarty, Professor am Cooperative Remote Sensing Science and Technology Centre. „Wir haben kritische Punkte im System entdeckt. Schon heute sind eine Milliarde Menschen von Grundwasservorkommen abhängig, die einfach keine nachhaltige Wasserversorgung darstellen“.

Die Mehrheit der Bevölkerung — etwa 4,5 Milliarden Menschen weltweit — lebt bereits innerhalb 50 Kilometer „geschädigter“ Wasserressourcen, einer Quelle, die austrocknet oder verschmutzt wird. Geht dieser Trend weiter, werden weitere Millionen von Menschen davon betroffen sein, dass das Wasser, von dem sie abhängen, versiegt oder so sehr verseucht wird, dass es nicht mehr lebenserhaltend ist.

Es gibt viele Bedrohungen: Durch den Klimawandel wird die Häufigkeit und Intensität von Dürreperioden, Überflutungen, Hitzewellen und Stürmen aller Voraussicht nach zunehmen. Abwasser von Düngemitteln, die Nitrate enthalten, haben in den Meeren in Flussmündungsgebieten bereits zu mehr als 200 großflächigen „Totwasserzonen“ geführt, in denen keine Fische mehr leben können. Billige Technologien, um Grundwasser und Flüsse abzupumpen, und die wenigen Beschränkungen für deren Einsatz haben zur Übernutzung knapper Ressourcen für Bewässerung und industrielle Zwecke geführt, wobei große Mengen Wasser verschwendet werden, weil inadäquate Techniken zum Einsatz kommen. Außerdem steigt durch die wachsende Bevölkerung die Nachfrage an Wasser in einem Ausmaß, das über das Potential einiger Wasserressourcen hinausgeht.

In gewissen Gebieten wurde so viel Grundwasser abgepumpt, dass Salzwasser nachgeströmt ist, was Bauern dazu zwingt, ihre Felder in andere Regionen zu verlegen, weil die Versalzung die früheren Wasserquellen unbrauchbar gemacht hat.

Die am frühesten von Wasserknappheit gefährdeten Regionen befinden sich in Entwicklungsländern mit wenigen Möglichkeiten, damit umzugehen. Viele sind auch in Gebieten, die von politischer Instabilität, Spannungen oder offenen Konflikten gekennzeichnet sind, und der Kampf um Wasser wird diese Probleme verstärken.

Die Forscher warnen jedoch davor, dass auch hoch entwickelte Ländern davon betroffen sein werden. In den Vereinigten Staaten leben derzeit etwa 210 Millionen Menschen im Umkreis von zehn Meilen einer „geschädigten“ Wasserressource. Durch die globale Erderwärmung wird diese Zahl vermutlich ansteigen. In Europa trocknen einige Wasserquellen aus, weil sie für häufig nicht nachhaltige Bewässerung übermäßig beansprucht werden.

Schadstoffe richten auch in reichen Ländern großen Schaden an: Die Forscher betonen die Rolle endokriner Disruptoren, die bei Fischen zu Geschlechtsveränderungen führen können, und deren bisher noch kaum bekannten Langzeitfolgen für Menschen.

„Kein Bürger dieser Erde kann diese Situation als zufriedenstellend empfinden“, sagte Janos Bogardi, ehemaliger Direktor des Institute for Environment and Human Security der UN University.

Auch UN-Generalsekretär Ban Ki-moon äußerte seine Meinung zu den Bedenken in Bezug auf die sichere Wasserversorgung: „Wir leben in einer Welt, in der Wasser immer weniger gesichert werden kann, die Nachfrage das Angebot häufig übersteigt, und Wasserqualität oft nicht die Mindeststandards erfüllen kann. Setzt sich der derzeitige Trend fort, wird der Bedarf an Wasser nicht gedeckt werden können“, so Ki-moon.

Quelle des englischen Originals: *The Guardian*. 2013.

## AKTIVITÄT 2: Das Netz des Wassers

### Überblick:

Bei dieser Aktivität beschäftigen sich die Teilnehmer\_innen mit Zusammenhängen im Wasserkreislauf. Sie erkennen und besprechen Zusammenhänge zwischen Wasser und den verschiedensten Lebensbereichen sowie den unvermeidbaren Einfluss aller menschlichen Aktivität auf Wasser und dessen Konsequenzen.

### Ziele:

- Den Wasserkreislauf besser verstehen;
- Bewusstsein für den Einfluss menschlichen Handelns auf Wasser schaffen;
- Respekt für den intrinsischen Wert des Lebens entwickeln.

**Zeitbedarf:** 45 Minuten

**Gruppengröße:** 7 – 25

**Altersgruppe:** 17+

### Benötigte Materialien:

- Knäuel dünne Schnur oder starke Wolle
- Schere



### Anleitung:

**1. Schritt:** Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, im Kreis zu stehen. Erklären Sie ihnen, dass sie ein modellhaftes Netz des Wassers spannen werden.

**1. Schritt:** Sie beginnen: Halten Sie das Knäuel in der Hand und machen Sie die erste Aussage zum Wasserkreislauf. z. B.: *Der Wassertropfen fällt vom Himmel.* Halten Sie das Ende der Schnur / Wolle und werfen Sie das Knäuel zu jemandem auf der anderen Seite des Kreises, der es fängt. Die Person, die das Knäuel fängt, erzählt weiter, was mit dem Wasser in der nächsten Phase seines Kreislaufes passiert. Daraufhin hält sie die Schnur / Wolle fest und wirft das Knäuel zu einer dritten Person im Kreis. Diese überlegt sich den nächsten Schritt im Wasserkreislauf. Spielen Sie das Spiel entsprechend weiter, sodass das Knäuel quer über den Kreis weitergeworfen wird, bis sich kreuz und quer ein Netz gebildet hat, das für das „Netz des Wassers“ steht.

**3. Schritt:** Nehmen Sie die Schere und fragen Sie die Teilnehmer\_innen nach konkreten Beispielen, wie dieses Netz des Wassers zerstört wird, z. B. durch Öl im Meer, Düngemittel aus gefährlichen Chemikalien etc. Machen Sie für jedes Beispiel einen Schnitt ins Netz. Machen Sie solange weitere Schnitte ins Netz, bis der Gruppe nichts mehr einfällt, was das Netz des Wassers zerstört.

### Nachbereitung und Reflexion:

Beginnen Sie damit, die Teilnehmer\_innen zu fragen, wie sie sich dabei fühlen, das zerstörte Netz zu sehen. Sprechen Sie dann über die Probleme im Zusammenhang mit sauberem Wasser, und darüber, was getan werden muss, um Wasser in allen Phasen seines Kreislaufes sicher und sauber zu halten:

- *War es einfach, die einzelnen Phasen im Wasserkreislauf zu nennen? Wie gut ist unser Wissen über das Thema Wasser?*
- *Wie habt ihr euch dabei gefühlt, als ihr gesehen habt, wie das Netz nach und nach zerstört wird?*
- *Wer ist dafür verantwortlich, das Wasser zu schützen?*
- *Das Gleichgewicht der Natur ist ein komplexes System und es ist nicht einfach vorherzusagen, welche globalen Auswirkungen eine bestimmte Handlung haben wird. Wie können wir dann überhaupt Entscheidungen darüber treffen, wie wir die Ressourcen unserer Erde nutzen?*

- *Wir sind davon abhängig, dass uns unsere Umwelt Nahrung und saubere Luft zum Atmen bietet. Eine gesunde Umwelt ist eine Voraussetzung für Leben. Wie können wir in der Praxis unsere oberste Pflicht erfüllen, die Umwelt zu schützen, wenn das bedeutet, dass unsere Rechte, sie zu nutzen, eingeschränkt werden?*

### **Folgeaktivitäten:**

Als Folgeaktivität können Sie einen Film oder eine Dokumentation zum Wasserkreislauf und den menschlichen Einfluss darauf ansehen (z. B. Blaues Gold - Der Krieg der Zukunft, 2008. <https://www.youtube.com/watch?v=aQuRMZvVRxE>). Nach dem Film können Sie im Detail darüber diskutieren, wie der Zugang zu sauberem Wasser für alle Menschen sichergestellt werden kann.

### **Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

- *Nutzen Sie das Arbeitsblatt zum Wasserkreislauf, wenn Sie die Aktivität zum Netz des Wassers anleiten.*
- *Stellen Sie sicher, dass die Schnur / Wolle lang genug ist, um das Netz zu spannen.*
- *Sollten die Ideen zum Wasserkreislauf ausgehen und der Kreislauf sich schließen, bevor alle Teilnehmer\_innen an der Reihe waren und miteinander verbunden wurden, beginnen Sie erneut mit der ersten Aussage. Motivieren Sie die Teilnehmer\_innen, kreativ zu sein.*



## ARBEITSBLÄTTER

### DER WASSERKREISLAUF

Wasser ist das grundlegende Element der Natur. Es muss immer wieder aufs Neue regeneriert, gereinigt werden und zirkulieren, damit es seine Funktionen erfüllen kann. Dies geschieht durch den natürlichen Prozess des Wasserkreislaufes. Bei diesem Phänomen durchläuft Wasser die drei Aggregatzustände (gasförmig, flüssig und fest) über die vier Sphären der Erde (Atmosphäre, Lithosphäre, Hydrosphäre und Biosphäre) und schließt dabei einen kompletten Kreislauf.

Der Wasserkreislauf besteht aus sieben Schritten:

1. **Evaporation (Verdunstung).** Bei diesem Vorgang absorbiert Wasser auf der Oberfläche (über den Ozeanen, Seen und Flüssen und über Landflächen) die Sonneneinstrahlung, verdunstet und wird zu Wasserdampf.
2. **Kondensation.** Der Wasserdampf steigt in die Atmosphäre auf. Durch die Abkühlung in großer Höhe verändert sich der Wasserdampf in winzige Partikel aus Eis- / Wassertröpfchen. Diese Partikel werden zusammengedrückt und so entstehen Wolken und Nebel.
3. **Sublimation.** Bei der Sublimation verwandelt sich Eis direkt in Wasserdampf, ohne davor zu Wasser zu werden.
4. **Niederschlag.** Das Wasser aus den Wolken (kondensierter Wasserdampf) fällt als Niederschlag wieder auf die Erde. Dies geschieht durch Wind, durch Temperaturveränderungen, oder wenn die Luft nicht mehr Wasser halten kann. In großen Höhen sind die Temperaturen gering. Die Tröpfchen kühlen daher ab und fallen als Regen auf die Erde. Bei sehr geringen Temperaturen (unter 0°C), fallen die Tröpfchen als Schnee. Auch Sprühregen, Graupel und Hagel sind Formen des Niederschlags.
5. **Transpiration.** Transpiration nennt man den Vorgang, wenn Pflanzen flüssiges Wasser in Wasserdampf umwandeln. Die Pflanzenwurzeln nehmen das Wasser auf und leiten es zu den Blättern, wo es für die Photosynthese verwendet wird. Das überschüssige Wasser wird durch die Spaltöffnungen der Blätter (Stomata) als Wasserdampf abgegeben.
6. **Abfluss.** Beim Abfluss rinnt das Wasser über die Landoberfläche der Erde. Es kommt auch zum Abfluss, wenn der Schnee schmilzt und zu Wasser wird. Wenn Wasser über die Landoberfläche rinnt, löst es die obere Bodenschicht und nimmt dadurch Mineralstoffe auf. Über Bäche und Flüsse gelangt das Wasser zu Seen, Meeren und Ozeanen.
7. **Infiltration (Versickerung).** Ein Teil des Wassers, das als Niederschlag auf die Erde kommt, weder in Flüsse, noch verdunstet es oder wird von Pflanzen aufgenommen. Vielmehr sickert es tief in den Boden und führt zu einer Zunahme des Grundwasserspiegels. Dieses reine Wasser hat Trinkwasserqualität. Die Infiltration wird als Wassermenge, die pro Stunde vom Boden aufgenommen wird, gemessen.

Quelle: Free Drinking Water

## TEIL 2: THEMEN RUND UMS WASSER VERTIEFEN

## AKTIVITÄT 3: Wem gehört das Wasser?

**Überblick:**

Jeder Mensch hat das Recht auf Zugang zu sauberem Trinkwasser und sanitären Einrichtungen. Ist das aber wirklich so? Diese Aktivität lässt die Teilnehmer\_innen die Ungleichheiten beim Zugang zu sauberem Trinkwasser und sanitären Einrichtungen weltweit erleben.

**Ziele:**

- Bewusstsein schaffen für die ungleichen Möglichkeiten, weltweit Zugang zu Trinkwasser und sanitären Einrichtungen zu haben.
- Verständnis der möglichen persönlichen Folgen von Zugehörigkeiten zu verschiedenen sozialen Gruppen fördern;

- Einfühlungsvermögen für Personen, die mit Wasserproblemen zu kämpfen haben, fördern.

**Zeitbedarf:** 60 Minuten**Gruppengröße:** 10 – 30**Altersgruppe:** 17+**Benötigte Materialien:**

- Rollenkarten

**Vorbereitung:**

- Bereiten Sie für jeden Teilnehmer / jede Teilnehmerin eine Rollenkarte vor.

**Anleitung:**

**1. Schritt:** Teilen Sie die Rollenkarten in zufälliger Reihenfolge aus. Jeder Teilnehmer / jede Teilnehmerin bekommt eine Karte. Weisen Sie die Teilnehmer\_innen darauf hin, dass sie die Rolle für sich behalten und die Karte niemandem zeigen sollen. Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, sich hinzusetzen, ihre Rollenkarten zu lesen und damit zu beginnen, sich in die Rollen hineinzusetzen. Um ihnen zu helfen, lesen Sie folgende Fragen vor. Machen Sie nach jeder Frage eine kurze Pause, sodass die Teilnehmer\_innen darüber nachdenken und ein Bild von der eigenen Rolle und dem entsprechenden Leben entwickeln können.

- *Wie war deine Kindheit? Wie war das Haus, in dem du gewohnt hast? Welche sanitären Einrichtungen (z.B. Badezimmer, WC) hattest du zu Hause?*
- *Wie ist dein tägliches Leben heute? Wie sieht ein gewöhnlicher Tag in deinem Leben aus?*
- *Welche Art von Lebensstil führst du? Wo wohnst du? Wie viel Geld verdienst du monatlich / hast du monatlich zur Verfügung?*
- *Was fasziniert dich und wovor hast du Angst?*

**2. Schritt:** Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, nicht miteinander zu sprechen und sich in einer Linie (wie entlang einer Startlinie) aufzustellen. Erklären Sie Ihnen, dass Sie eine Reihe von Situationen oder Ereignissen vorlesen werden. Jedes Mal, wenn ein Teilnehmer / eine Teilnehmerin auf eine Aussage mit „ja“ antworten kann, soll er / sie einen Schritt vorwärts machen. Ist die Antwort „nein“, bleibt der Teilnehmer / die Teilnehmerin auf seinem / ihrem Platz stehen und bewegt sich nicht.

**3. Schritt:** Lesen Sie die Aussagen einzeln vor. Machen Sie nach jeder Aussage eine kurze Pause, um den Teilnehmer\_innen Zeit zu geben, einen Schritt vorwärts zu machen und um sich zu blicken, um zu sehen, wo die anderen Teilnehmer\_innen im Vergleich stehen. Fordern Sie die Teilnehmer\_innen am Ende auf, sich ihre Endposition genau anzusehen. Geben Sie ihnen anschließend ein paar Minuten Zeit, aus ihrer Rolle zu schlüpfen, bevor Sie in der Gruppe mit der Nachbereitung beginnen.



### **Nachbereitung und Reflexion:**

Beginnen Sie damit, die Teilnehmer\_innen zu fragen, was geschehen ist und wie sie sich bei der Aktivität gefühlt haben. Fahren Sie fort, indem Sie Fragen zu den angesprochenen Themen und darüber, was die Teilnehmer\_innen erfahren haben, stellen:

- *Wie habt ihr euch dabei gefühlt, einen Schritt vorwärts zu machen oder stehen bleiben zu müssen?*
- *Diejenigen, die oft einen Schritt vorwärts gegangen sind — wann habt ihr bemerkt, dass die anderen nicht so schnell weiterkommen, wie ihr es tut?*
- *Hattet ihr das Gefühl, dass es Momente gab, an denen euer Grundrecht auf Wasser ignoriert wurde?*
- *Könnt ihr erraten, welche Rollen die anderen hatten? (Lassen Sie die Teilnehmer\_innen an dieser Stelle ihre Rollen preisgeben)*
- *Wie einfach oder schwierig war es, die unterschiedlichen Rollen zu spielen? Wie habt ihr es angestellt, euch vorzustellen, wie und wer die Person, die ihr gespielt habt, ist?*
- *Spiegelt diese Aktivität das wider, was in der Realität weltweit passiert? Wie?*
- *Welche Ungleichheiten in Bezug auf Wasser sind euch bei dieser Aktivität aufgefallen?*
- *Was sind die ersten Schritte, die getan werden könnten, um etwas gegen die Ungleichheiten auf der Welt zu tun?*

### **Folgeaktivitäten:**

Sie können nach der Aktivität mit einer vertiefenden Auseinandersetzung mit den Fragen fortsetzen, welche Relevanz Themen rund ums Wasser im lokalen, nationalen und globalen Kontext haben, was die Ursachen und Folgen fehlenden Zugangs zu sauberen Wasserquellen sind, und welche Handlungsmöglichkeiten es gibt, um gegen die Ungleichheiten weltweit einzutreten.

### **Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

- *Stellen Sie sicher, dass der Raum groß genug ist, sodass sich die Teilnehmer\_innen frei bewegen können (je nach Wetter kann die Aktivität auch im Freien stattfinden).*
- *Sollten Sie die Aktivität im Freien durchführen, stellen Sie sicher, dass alle Teilnehmer\_innen Sie hören können, insbesondere, wenn Sie mit größeren Gruppen arbeiten.*
- *Sie können die Rollenkarten und Situationen den lokalen Gegebenheiten und den Bedürfnissen und Eigenschaften der Gruppe anpassen.*
- *Bei der Nachbereitung können Sie die Teilnehmer\_innen auffordern, herauszufinden, wer auf der Welt weniger, und wer mehr Chancen und Möglichkeiten hat, und welche ersten Schritte gegen Ungleichheiten getan werden sollten. Als Alternative können Sie die Teilnehmer\_innen bitten, eine der Rollen auszuwählen und sich damit zu beschäftigen, was getan werden könnte, um sicherzustellen, damit das Recht auf Wasser dieser Person respektiert wird (z. B.: Welche Pflichten und Verantwortungen hat die Person selbst, die Gemeinschaft, die Regierung hinsichtlich des Rechts auf Wasser dieser Person?)*
- *Variante: Sie können die gleiche Rollenkarte an verschiedene Personen austeilen, um unterschiedliche Perspektiven zu zeigen.*

## ARBEITSBLÄTTER

### ROLLENKARTEN

Du bist eine 14-jährige Tochter des Eigentümers eines kleinen Unternehmens in Kamerun.

Du bist ein 16-jähriges Mädchen von den Philippinen und hast eine körperliche Behinderung.

Du bist ein 8-jähriges Kind, das in einem Waisenhaus in Ruanda lebt.

Du bist ein Fabrikarbeiter / eine Fabrikarbeiterin in Bulgarien.

Du bist ein Hausbursche in einem Hotel in Zypern.

Du bist ein Manager einer lokalen Bank in Kenia.

Du bist ein Mitglied der indischen Regierung.

Du bist ein Mitglied des schottischen Parlaments.

Du bist ein Volksschullehrer / eine Volksschullehrerin in einer kleinen Stadt in Indonesien.

Du bist ein pensionierter Arbeiter, der in einem kleinen Dorf in Bangladesch lebt.

Du bist eine Frau eines lokalen Geschäftsmannes in Afghanistan.

Du bist eine Frau eines lokalen Bauern in Malawi.

Du bist eine arbeitslose, alleinerziehende Mutter aus Litauen.

Du bist ein 12-jähriger Sohn eines Bauern in einem abgelegenen Dorf in Ghana.

Du bist ein Eigentümer eines Import-Export-Unternehmens in Österreich.

### SITUATIONEN UND EREIGNISSE

Lesen Sie die folgenden Aussagen laut vor. Geben Sie den Teilnehmer\_innen Zeit, einen Schritt vorwärts zu machen und sich umzublicken, um zu sehen, wie weit vorn sie im Vergleich zu den anderen sind.

- *Du lebst in einem Gebiet, in dem es Zugang zu sauberem Trinkwasser gibt (saubere Quellen, Flüsse, Seen etc.).*
- *Du hast zu Hause sanitäre Einrichtungen (WC, Dusche / Bad).*
- *Du hast zu Hause in der Küche Wasserversorgung.*
- *Du kannst zu Hause jeden Tag duschen oder baden.*
- *Du kannst zu Hause so viel Wasser, wie du möchtest, trinken.*
- *Du kannst zu Hause so viel Wasser, wie du brauchst, zum Kochen verwenden.*
- *Du spülst das Geschirr zu Hause im Geschirrspüler.*
- *Du wäschst deine Wäsche in der Waschmaschine.*
- *Du hast ein sicheres Gefühl dabei, wenn du Wasser direkt vom Wasserhahn trinkst.*
- *Du hast ein sicheres Gefühl dabei, wenn du die sanitären Einrichtungen, die dir zur Verfügung stehen, benutzt.*
- *Du verbringst deinen Urlaub meistens in einem Gebiet, wo du im Meer, in einem Fluss oder in einem See schwimmen kannst, ohne Angst zu haben, davon krank zu werden.*
- *Du bist in deiner Gegend nicht von Überflutungen betroffen.*
- *Du bist in deiner Gegend nicht von Tsunamis betroffen.*
- *Du bist in deiner Gegend nicht von Trockenheit betroffen.*
- *Die Wasserversorgung wurde in deiner Gegend nie durch Kriege oder militärische Konflikte zerstört.*
- *Du bezahlst für das Wasser, das du konsumierst, einen fairen Preis.*

## AKTIVITÄT 4: Wasserverbrauch-Check

### Überblick:

Bei dieser Aktivität setzen sich die Teilnehmer\_innen mit ihren eigenen Gewohnheiten beim Konsum von Wasser auseinander und reflektieren über den Wert von Wasser und über Möglichkeiten, den Wasserverbrauch zu reduzieren.

### Ziele:

- Wassermengen, die individuell verbraucht werden, vergleichen;
- Eigene Gewohnheiten beim Wasserverbrauch entdecken;
- Über den Wert des Wassers und über Möglichkeiten, den Wasserverbrauch zu reduzieren, nachdenken.

**Zeitbedarf:** 90 Minuten

**Gruppengröße:** 10 – 25

**Altersgruppe:** 12 – 17

### Benötigte Materialien:

- Arbeitsblätter „Wasserverbrauch-Check“ und „Übersicht Wasserverbrauch“

### Vorbereitung:

- Bereiten Sie pro Teilnehmer\_in eine Kopie der Arbeitsblätter „Übersicht Wasserverbrauch“ und „Wasserverbrauch-Check“ vor.



### Anleitung:

- 1. Schritt:** Sammeln Sie mit der Gruppe alltägliche Tätigkeiten, bei denen Wasser verbraucht wird.
- 2. Schritt:** Teilen Sie die kopierten Arbeitsblätter aus. Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, die gesammelten Tätigkeiten nochmals durchzusehen und diejenigen auszuwählen, die sie jeden Tag machen. Jede einzelne ausgewählte Aktivität soll im Arbeitsblatt „Wasserverbrauch-Check“ eingetragen werden.
- 3. Schritt:** Geben Sie den Teilnehmer\_innen die Aufgabe, ihren täglichen Wasserverbrauch zu berechnen, indem sie die restlichen Spalten des Arbeitsblattes ausfüllen. Die durchschnittlich verbrauchten Wassermengen finden sie auf dem Arbeitsblatt „Übersicht Wasserverbrauch“.
- 4. Schritt:** Teilen Sie die Teilnehmer\_innen in Kleingruppen mit je 3-4 Personen. Bitten Sie die Gruppen, ihre persönlichen Ergebnisse des Wasserverbrauch-Checks zu vergleichen und folgende Fragen zu besprechen:
  - Welche alltäglichen Tätigkeiten brauchen am meisten Wasser?
  - Welche Tätigkeiten, bei denen Wasser verbraucht wird, erfüllen die menschlichen Grundbedürfnisse? Welche Tätigkeiten sind weniger notwendig?

### Nachbereitung und Reflexion:

Beginnen Sie die Nachbereitung damit, die Teilnehmer\_innen zu fragen, wie sie sich mit dem Ergebnis ihres persönlichen Wasserverbrauch-Checks fühlen. Stellen Sie daraufhin folgende Fragen:

- Hat euch das Ergebnis eures persönlichen Wasserverbrauch-Checks oder ein Aspekt davon überrascht?
- Gab es innerhalb eurer Gruppe Unterschiede beim Wasserverbrauch für eine bestimmte Tätigkeit? Wenn ja, für welche Tätigkeiten?
- Woher kommt es, dass verschiedene Personen unterschiedliche Mengen Wasser verbrauchen?
- Was sind die wichtigsten Gründe dafür, seinen persönlichen Wasserverbrauch zu kontrollieren? Welche Möglichkeiten gibt es, das zu tun?

## Folgeaktivitäten:

Als Folgeaktivität können Sie sich mit Problemen der Wasserknappheit in verschiedenen Ländern und Gebieten, deren Ursachen und Auswirkungen sowie möglichen Lösungen, um mit ihnen umzugehen, beschäftigen.

## Tipps für die Umsetzung & Varianten:

- Wenn Sie glauben, dass die Teilnehmer\_innen Schwierigkeiten dabei haben, Tätigkeiten, bei denen Wasser verbraucht wird, zu finden, können Sie die wichtigsten täglichen Tätigkeiten schon im Arbeitsblatt „Wasserverbrauch-Check“ eintragen und dieses austeilen.

## ARBEITSBLÄTTER

### ÜBERSICHT WASSERVERBRAUCH

Du kannst diese Liste verwenden, um zu berechnen, wie viel Wasser du ungefähr verbrauchst. Denk daran, auch das Wasser zu berechnen, das deine Familie verwendet, wenn es dabei auch für dich verwendet wird.

Tätigkeit	Wie viel Wasser?
Duschen	~ 7 Liter / Minute ~ 12 Liter / Minute bei Power-Duschen
Bad nehmen	~ 80 Liter / Bad
WC-Spülung betätigen	~ 6 Liter / Spülung bei neueren* Toiletten ~ 8 Liter / Spülung bei älteren* Toiletten
Wasserhahn laufen lassen	~ 6 Liter / Minute voll aufgedreht
Händisch Geschirr spülen	~ 10 Liter / Becken
Geschirr im Geschirrspüler spülen	~ 15 Liter / Spülgang bei neueren* Geschirrspülern ~ 25 Liter / Spülgang bei älteren* Geschirrspülern
Wäsche in Waschmaschine waschen	~ 50 Liter / Waschgang bei neueren* Waschmaschinen ~ 100 Liter / Waschgang bei älteren* Waschmaschinen (eine halbe Ladung verbraucht die halbe Menge Wasser)
Gartenschlauch benutzen	~ 8 Liter / Minute
Glas Wasser trinken	~ 0,25 Liter für ein kleines Glas ~ 0,5 Liter für ein großes Glas
Eimer Wasser verwenden	~ 5 Liter

\*„neuer“ bedeutet üblicherweise weniger als zwölf Jahre alt. (Quelle: BBC News Website)



**AKTIVITÄT 5: Der Lebenszyklus einer Plastikflasche****Überblick:**

Bei dieser Aktivität erkunden die Teilnehmer\_innen den Lebenszyklus einer Plastikwasserflasche. Sie besprechen die Probleme, die Plastikabfall mit sich bringt, und suchen nach Lösungen, wie das Konsumverhalten von Menschen hinsichtlich abgefüllten Wassers verändert werden kann.

**Ziele:**

- Den Produktionskreislauf einer Plastikwasserflasche kennenlernen;
- Bewusstsein für die Umweltprobleme, die durch nicht-recyceltes Plastik entstehen, schaffen;
- Bewusstsein für das persönliche Konsumverhalten hinsichtlich abgefüllten Wassers schaffen;

- Zu Verhaltensänderungen beim Konsum von abgefülltem Wasser anregen.

**Zeitbedarf:** 90 – 120 Minuten**Gruppengröße:** 16 – 36**Altersgruppe:** 12 – 17**Benötigte Materialien:**

- Eine Auswahl an Fotos, die den Produktionskreislauf von abgefülltem Wasser zeigen
- Kurze Foto-Beschreibungen
- Flipchart-Papier
- Plakatstifte

**Anleitung:**

**1. Schritt:** Teilen Sie die Gruppe in Paare mit je zwei Personen. Geben Sie jedem Paar ein Foto und eine Foto-Beschreibung, die nicht zum entsprechenden Foto passt. Bitten Sie die Paare, ihre Fotos anzusehen und sich zu überlegen, was auf dem Bild dargestellt wird oder passiert. Außerdem sollen sie sich die Foto-Beschreibung, die sie bekommen haben, ansehen und überlegen, was auf dem dazugehörigen Foto abgebildet sein könnte.

**2. Schritt:** Fragen Sie in jedem Paar nach einer freiwilligen Person, die die Foto-Beschreibung vorlesen möchte. Bitten Sie die Freiwilligen in zufälliger Reihenfolge, ihre Foto-Beschreibungen vorzulesen. Das Paar, das glaubt, das dazugehörige Foto zu haben, darf die Beschreibung „einfordern“. Sollten mehrere Paare eine Beschreibung einfordern, entscheidet die gesamte Gruppe, welches Foto zur Beschreibung passt. Die Person, die die Foto-Beschreibung vorgelesen hat, bildet ein neues Paar mit der Person aus der Gruppe, der das dazugehörige Foto gehört.

**3. Schritt:** Machen Sie damit weiter, die Abfolge der Fotos im Lebenszyklus einer Plastikwasserflasche zu besprechen und sich über die Reihenfolge zu einigen. Bitten Sie die Paare, die glauben, das erste Foto in der Reihe zu haben, vorzutreten und zu erklären, warum sie das glauben.

**4. Schritt:** Bitten Sie das Paar, dem das zweite Foto gehört, vorzutreten (...) und bilden Sie auf diese Art und Weise eine Abfolge der Fotos. Sollten mehrere Paare glauben, das nächste Foto der Abfolge zu haben, können Sie mit Hinweisen zu der Beschreibung und dem Foto dabei helfen, das richtige Foto ausfindig zu machen. Am Ende steht die gesamte Gruppe der Abfolge der Fotos entsprechend in einer Reihe.

**Nachbereitung und Reflexion:**

Beginnen Sie die Nachbereitung damit, die Teilnehmer\_innen zu fragen, was sie von der Aktivität halten und wie sie sich in Bezug auf das Ergebnis fühlen. Stellen Sie daraufhin folgende Fragen:

- *War es einfach oder schwierig zu entscheiden, was die Fotos darstellen, und sie den passenden Beschreibungen zuzuordnen? Warum?*
- *War es einfach oder schwierig, die Abfolge der Fotos zu bestimmen? Warum?*

- Welche Schritte im Lebenszyklus der Plastikflasche waren am einfachsten zu erkennen? Welche Schritte waren am schwierigsten zu erkennen?
- Was sind die Gründe für die Herstellung und das Wegwerfen von Plastikflaschen? Welche Auswirkungen entstehen dadurch für die Umwelt auf lokaler Ebene, der nationalen und der globalen Ebene?

### **Folgeaktivitäten:**

Als Folgeaktivität können Sie sich genauer mit dem Lebenszyklus einer Plastikflasche beschäftigen. Dies kann mithilfe von Videos geschehen, die den Lebenskreislauf von Plastikflaschen erklären (z. B. das Video Back2Tap, abrufbar unter <http://www.back2tap.com>).

Eine weitere mögliche Folgeaktivität ist eine Kampagne zum Thema Plastikwasserflaschen reduzieren, wiederverwenden und recyceln, die die Teilnehmer\_innen auch selbst organisieren können. Im Kapitel „Werde aktiv!“ finden Sie Hinweise zur Planung und Durchführung einer Kampagne.

### **Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

- Wenn Sie mit kleinen Gruppen arbeiten, müssen Sie die Anzahl der Fotos reduzieren. Stellen Sie sicher, dass Sie die Fotos auswählen, die die wichtigsten Schritte im Lebenszyklus einer Plastikwasserflasche abbilden.
- Sollten Sie das Gefühl haben, dass die Teilnehmer\_innen sich in größeren Gruppen wohler fühlen, können Sie sie in Dreiergruppen und nicht in Paare einteilen.
- Bedenken Sie während der Durchführung der Aktivität, dass die Flaschen und das Wasser zunächst unterschiedliche Wege zurücklegen, bevor sie in der Abfällanlage aufeinandertreffen.

### **Quelle für die Fotos:**

[www.scotdec.org.uk](http://www.scotdec.org.uk)



**ARBEITSBLÄTTER**

**FOTO-SET „DER LEBENSZYKLUS EINER PLASTIKFLASCHE“**







FOTO-SET „DER LEBENSZYKLUS EINER PLASTIKWASSERFLASCHE“ — LÖSUNG



# Lebenszyklus einer Plastikflasche



## TEIL 3: WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

### **Lehrmaterialien**

- polis aktuell 2009/2: Recht auf Nahrung und Wasser, <http://www.politik-lernen.at/site/gratisshop/shop.item/105574.html>
- 2007: Fluter, Magazin der Bundeszentrale für politische Bildung „Das Wasserheft“, In: [http://www.fluter.de/heftpdf/issue60/artikel6114/pdf\\_article6114.pdf](http://www.fluter.de/heftpdf/issue60/artikel6114/pdf_article6114.pdf)
- Workshop „Wasserwelten“ von Südwind: [www.suedwind-agentur.at](http://www.suedwind-agentur.at)
- E-politik.de: Wissenswertes über Wasser/kurzer Animationsfilm: <http://www.e-politik.de/lesen/artikel/2013/wissenswertes-wasser/>

### **(Dokumentar-)Filme (Verleih in Südwind-Infotheken oder bei BAOBAB - siehe Seite 9)**

- Dokumentarfilm „Abgefüllt“ von Stephanie Soechtig, 2012
- Spielfilm „Und dann der Regen“ von Icíar Bollaín, 2012 (Wasserkonflikt Bolivien)
- „Wasser“: 4 Filme und Begleitmaterial für Unterricht und Bildung, 2008

### **Beispielaktionen /-kampagnen**

- Virtuelles Wasser versteckt im Einkaufskorb: <http://virtuelles-wasser.de>
- Veranstaltungen/Infos rund ums Wasser: <http://www.wasseraktiv.at>
- Wasserfußabdruck: [www.waterfootprint.org](http://www.waterfootprint.org)

### **Statistiken, Positionspapiere**

- UNESCO: Weltwasserjahr 2013, Positionspapiere/Information: <http://www.unesco.de/wasserjahr2013.html>
- Informationen rund ums Wasser in Österreich, Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft: <http://www.bmlfuw.gv.at/wasser.html>

### **Organisationen, Netzwerke**

- United Nations inter-agency coordination mechanism for all freshwater and sanitation related matters (UN-Water): <http://www.unwater.org/>
- Wasserabteilung der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen: <http://www.fao.org/nr/water/>
- WaterAid: <http://www.wateraid.org/>
- Water.org: <http://water.org/>
- Blue Planet Network: <http://storiesofwater.org/>

## Kapitel 2 ..

# Tabak



## INHALT

HINTERGRUNDINFORMATIONEN - TABAK	34
<b>TEIL 1: THEMEN RUND UM DEN TABAK KENNENLERNEN</b>	<b>36</b>
<b>AKTIVITÄT 1: KETTENGESPRÄCHE</b>	36
<b>AKTIVITÄT 2: TABAK-ACTIVITY</b>	38
<b>TEIL 2: THEMEN RUND UM DEN TABAK VERTIEFEN</b>	<b>43</b>
<b>AKTIVITÄT 3: TABAKKINDER</b>	43
<b>AKTIVITÄT 4: RECHERCHIEREN, PLANEN, HANDELN</b>	46
<b>AKTIVITÄT 5: ALTERNATIVEN DISKUTIEREN</b>	49
<b>TEIL 3: WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN</b>	<b>52</b>

## HINTERGRUNDINFORMATIONEN — TABAK

Es ist wirklich nicht notwendig, zu erklären, was Rauchen ist, oder? Rauchen ist über Kulturen und Kontinente hinweg weit verbreitet. Kampagnen über die gesundheitlichen Folgen des Rauchens zielen häufig auf junge Menschen ab. Jeder junge Mensch gehört gleichzeitig zur Zielgruppe von Kampagnen, die Menschen zum Rauchen bringen sollen, auch wenn sie es vielleicht gar nicht merken. Gesundheitliche Aspekte sind jedoch ganz klar nicht das einzige Thema im Zusammenhang mit Tabak.

In den meisten europäischen Ländern dreht sich die Diskussion vor allem um Rauchverbote an öffentlichen Plätzen und um Steuererhöhungen. Im Thema Tabak steckt jedoch noch mehr! Jedes Mal, wenn wir eine Zigarette anzünden, können wir uns über die Dinge, die geschehen sind und diesen Moment bestimmt haben, Gedanken machen: Warum habe ich überhaupt begonnen zu rauchen? War es wirklich meine eigene Entscheidung? Ich meine... wirklich? Wo wurde der Tabak, den ich einatme, angebaut? Wie und von wem? Und wie ist er bis zu mir gekommen?

Der Anbau, die Verarbeitung, der Transport, die Werbung und der Verkauf von Tabak ist ein Geschäft, das Milliarden und Abermilliarden fließen lässt — Dollar, Euro und jede mögliche andere Währung. Das Thema Tabak ist äußerst global. Eine Reihe von Akteur\_innen (Stakeholder) spielen eine Rolle — von Feldarbeiter\_innen über riesige transnationale Konzerne bis hin zu Passivraucher\_innen.

### **Tabak und die Umwelt**

In vielen Ländern zerstört der Anbau von Tabak die Umwelt, besonders durch Abholzungen, um größere Flächen Land für den Anbau und die Trocknung von Tabak zu erhalten. Vielerorts wird Holz für die Trocknung der Tabakblätter und den Bau der Tabaktrockenschuppen verwendet. Allein in Südafrika werden jährlich 140.000 Hektar Wald für feuergetrockneten Tabak verbrannt, was für etwa 12 % der Abholzung in der Region verantwortlich ist. Durch den Tabakanbau und -konsum entstehen außerdem große Mengen Abfall, der teilweise giftig ist. Ein toxischer Cocktail von landwirtschaftlichen Schädlings- und Unkrautvernichtungsmitteln, die auf den Tabakfarmen zum Einsatz kommen, fließt in die Bäche, Flüsse und Seen. Durch den intensiven Anbau von Tabak werden die Böden von natürlichen Mineralstoffen erschöpft. Auch Zigaretten haben große Mengen Müll zur Folge, wie etwa Zigarettenstummel, die nicht biologisch abbaubar sind.

### **Tabak und die Rechte der Arbeiter\_innen**

Tabak anzubauen ist keineswegs so einfach, wie ihn zu rauchen oder mit dem Rauchen aufzuhören. Der Anbau von Tabak ist arbeitsintensiv: Weltweit arbeiten 33 Millionen Menschen in den ersten Phasen der Tabakerzeugung und 100 Millionen Menschen in der gesamten Produktion. Die Herstellung von Tabak ist nicht nur anstrengend, sie birgt auch gesundheitliche Gefahren für die Arbeiter\_innen. Viele von ihnen sind von der „Green Tobacco Sickness“ betroffen, einer Krankheit, die auftritt, weil die Arbeiter\_innen dem hochgiftigen Nikotin in Tabakblättern übermäßig ausgesetzt sind und dieses vom Körper aufgenommen wird. Die Betroffenen leiden unter einem generellen Schwächegefühl, Kurzatmigkeit, starken Kopfschmerzen, Erbrechen, Schwindel, Krämpfen und erhöhtem Blutdruck und Puls. Wie in vielen anderen Wirtschaftsbereichen, in denen die Produktion in Länder des Globalen Südens exportiert wurde, bieten die Gesetze den Arbeiter\_innen keinen ausreichenden Schutz — weder hinsichtlich sicherer Arbeitsbedingungen, noch in Bezug auf faire Bezahlung oder wirtschaftliche Sicherheit. In der Regel geht der Großteil der Einnahmen an die riesigen Tabakfirmen, nicht an die lokalen Tabakbauern und -bäuerinnen.

### **Tabak und Kinder**

Kinderarbeit ist in der Tabakproduktion weit verbreitet. Genaue Aussagen über die Zahl der Kinder, die weltweit in der Tabakindustrie arbeiten, sind nicht möglich. Kinder werden aus wirtschaftlichen Gründen dazu gezwungen, mit ihren Familien auf den Tabakfeldern zu arbeiten und somit dazu, ihre Gesundheit, Sicherheit und Zukunft aufs Spiel zu setzen. Sie müssen harte manuelle Arbeit, körperliche Belastung, gefährliche Arbeitsumgebungen und lange Arbeitstage ertragen. Da sie gemeinsam mit ihren Familien zu Tabakanlagen geschickt werden, können sie die Schule nicht besuchen. Armut und fehlende Bildung lassen den Kindern keine andere Möglichkeit, als in der Branche zu bleiben. Es ist ein Kreislauf der Armut, bei dem Kinder ausgebeutet werden und ihnen das Recht auf Bildung verwehrt wird. Das ist aber nicht das Einzige: Kinder sind auch Konsumenten und Konsumentinnen von Tabak. Studien haben gezeigt, dass das Alter von Rauchern und Raucherinnen weltweit abnimmt. Kinder auf der ganzen Welt leiden auch als Passivraucher\_innen, sehr häufig im Umfeld der eigenen Familie.

### **Nachhaltigkeit**

Ressourcen, die für die Tabakproduktion verwendet werden, fehlen in der Nahrungsmittelerzeugung. Das mit Tabak bebaute Land könnte für den Anbau anderer, wertvollere Pflanzen genutzt werden, wie etwa für Nahrungsmittel. Abgesehen davon könnten große Mengen Feuerholz als Brenn- und Heizstoffe in privaten Haushalten eingesetzt werden, anstatt sie für die Tabaktrocknung zu verbrennen. In vielen Ländern wird der Tabakanbau durch Regierungssubventionen unterstützt. Die großen Tabakkonzerne haben die globale Tabakproduktion angetrieben, was zusammen mit den Fördermitteln der Regierungen zu einem Überangebot am Markt geführt hat. Dieser Überschuss hat niedrigere Preise zur Folge, die kleine Tabakbauern und -bäuerinnen in den Ruin treiben. Und ja, dadurch werden Zigaretten billiger und für die Bevölkerung leichter zugänglich.

### **Der Export des Rauchens**

Die Zahl der Raucher\_innen nimmt in den so genannten „entwickelten Ländern“ ab, steigt jedoch global gesehen. Grund dafür kann nur eines sein: Multinationale Tabakunternehmen kompensieren Verluste durch Expansionen in Länder des Globalen Südens. Lobbying, mangelhafte Rechtsvorschriften, Eingriffe in die Gesetzgebung, Werbung und niedrige Preise sind einige der Methoden der Konzerne, um das Rauchen auf der ganzen Welt zu fördern. Und es scheint, als hätten sie damit Erfolg.



## TEIL 1: THEMEN RUND UM DEN TABAK KENNENLERNEN

### Aktivität 1: Kettengespräche

#### Überblick:

Nicht zu verwechseln mit „Kettenrauchen“, auch wenn die Aktivität nach demselben Prinzip funktioniert! Die Aktivität ist eine lockere Übung, bei der sich die Teilnehmer\_innen besser kennenlernen, indem sie über unterschiedliche Themen sprechen, unter anderem über Tabak.

#### Ziele:

- Den Teilnehmern und Teilnehmerinnen die Möglichkeit geben, sich kennenzulernen und eine angenehme Atmosphäre schaffen;
- Zusammenhänge zwischen Tabak und anderen Themen und Lebensbereichen entdecken.

**Zeitbedarf:** 45 Minuten

**Platzbedarf:** Sie sollen genügend Platz haben, damit sich die Teilnehmer\_innen frei bewegen, sich in kleinen Gruppen unterhalten und im Plenum sitzen können.

**Gruppengröße:** >12

**Altersgruppe:** 12+

#### Benötigte Materialien:

- Themenliste

#### Vorbereitung:

Kopieren Sie die Themenliste

### Anleitung:

**1. Schritt:** Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, Vierergruppen zu bilden. Erklären Sie Ihnen, dass sie sich bei dieser Aktivität miteinander unterhalten und sich austauschen werden, um mehr voneinander zu erfahren. Sollten sich die Teilnehmer\_innen noch nicht kennen, weisen Sie sie darauf hin, in den Kleingruppen jedes Mal den eigenen Namen zu nennen, wenn eine neue Person zur Gruppe stößt.

**2. Schritt:** Geben Sie den Kleingruppen die Aufgabe, über das erste Thema von der Liste zu sprechen. Bitten Sie nach zwei Minuten je eine Person jeder Gruppe, in eine andere Gruppe zu wechseln. Die Gespräche zum ersten Thema werden weitergeführt.

**3. Schritt:** Bitten Sie die Kleingruppen nach zwei Minuten, über das nächste Thema von der Liste zu sprechen. Führen Sie die Aktivität entsprechend fort: Nach jeweils zwei Minuten wechselt entweder je ein Gruppenmitglied die Gruppe oder die Gruppen bekommen ein neues Thema, über das sie sich austauschen. Beenden Sie die Aktivität, wenn alle Themen besprochen wurden.

### Nachbereitung und Reflexion:

Beginnen Sie mit folgenden Fragen:

- *Hat euch die Aktivität gefallen und wie fühlt ihr euch?*
- *Habt ihr interessante Dinge übereinander erfahren?*
- *Welche Geschichte / Idee / Tatsache, die jemand erzählt hat, war am interessantesten?*
- *Konntet ihr irgendeinen Zusammenhang zwischen den Fragen erkennen? Welchen?*
- *Alle Fragen können mit dem Thema Tabak in Verbindung gebracht werden. Wisst ihr, wie?*

Wiederholen Sie einige der Themen und fragen Sie die Teilnehmer\_innen, welchen Zusammenhang zum Thema Tabak sie erkennen können. Helfen Sie ihnen, wenn nötig, mithilfe der Angaben auf der Themenliste.

### Folgeaktivitäten:

Je nach Interesse der Teilnehmer\_innen für ein bestimmtes Thema im Zusammenhang mit Tabak, können Sie mit einer tiefergehenden Aktivität aus diesem Handbuch fortfahren, wie zum Beispiel „Tabakkinder“.

### Tipps für die Umsetzung & Varianten:

- Sollte die Gruppe nicht groß genug sein, um mit Vierergruppen zu arbeiten, können Sie auch Paare bilden und wie beim „Speed-Dating“ vorgehen.

## ARBEITSBLÄTTER

### THEMENLISTE

Thema	Mögliche Verbindungen zum Thema Tabak
Sprecht über eure Kindheit, euren Geburtsort und eure Familie;	Kinderarbeit in der Tabakproduktion; Tabakunternehmen, die basierend auf sozialer Schicht, Familienstand, Herkunft, Bildungsniveau etc. von Kunden und Kundinnen Strategien ausarbeiten, um diese zu gewinnen.
Sprecht über euren Lieblingsfilm und was ihn zu eurem Lieblingsfilm macht;	Filme sind eine Möglichkeit, für das Rauchen zu werben; früher extrem häufig, heute noch immer der Fall.
Sprecht darüber, ob ihr in eurem täglichen Leben an Umweltschutz denkt;	Abholzung zugunsten von Tabakanbau und Tabaktrocknung; Pestizide, die in der Tabakerzeugung eingesetzt werden; Umweltverschmutzung durch Verarbeitung, Transport und Verwendung von Tabak; nicht abbaubare Filter.
Sprecht darüber, ob ihr eine schlechte Angewohnheit habt und wie sich diese entwickelt hat;	
Sprecht darüber, ob jemand aus eurer Verwandtschaft oder aus eurem Freundeskreis raucht und warum er oder sie das eurer Meinung nach tut;	
Sprecht darüber, was ihr in eurem Garten anbauen würdet, wenn ihr einen Garten hättet; und was ihr in eurem Garten anbaut, wenn ihr einen Garten habt und warum;	Tabak ist die meistangebaute nicht essbare Pflanze. Weltweit wird mehr Tabak als Pilze, Kirschen und Marillen angebaut.
Sprecht darüber, wer für euch als Kind euer Vorbild war und warum;	Viele „Stars“ werben direkt oder indirekt für's Rauchen.
Sprecht über euren Traumjob und was ihn zu eurem Traumjob macht.	Die Rechte der Arbeiter_innen in der weltweiten Tabakindustrie.



## Aktivität 2: Tabak-Activity

### Überblick:

Diese Aktivität ist eine Abwandlung des bekannten Gesellschaftsspieles „Activity“, bei dem eine Person einen Begriff oder eine Phrase erklärt, zeichnet oder pantomimisch darstellt und der Rest der Gruppe versucht, den Begriff zu erraten. Die vorgeschlagenen Wörter beziehen sich auf das Themenfeld Tabak.

### Ziele:

- Unbekannte Fakten der Tabakerzeugung und des Tabakkonsums vermitteln;
- Die Gruppe unterhalten und eine gute Stimmung erzeugen.

**Zeitbedarf:** 40 Minuten

**Platzbedarf:** Keine besonderen Anforderungen. Die Aktivität kann in einer lockeren Umgebung stattfinden, in der die Gruppe bei der Nachbereitung im Kreis sitzen kann.

**Gruppengröße:** >3

**Altersgruppe:** 12+

### Benötigte Materialien:

- Wortkarten (siehe Arbeitsblätter)
- Kopie des Merkblattes (siehe Arbeitsblätter)
- Für manche Varianten der Aktivität: Plakate (oder ein White Board) und Stifte

### Vorbereitung:

Kopieren Sie die Wortkarten und schneiden Sie sie aus. Die Karten sind Kategorien zugeordnet. Kopieren Sie das Merkblatt, um nach jeder Antwort Zusatzinformationen geben zu können.

### Anleitung:

**1. Schritt:** Der Ablauf des Spieles ist einfach: Ein Teilnehmer / eine Teilnehmerin bekommt eine Karte mit einem Wort oder einer Phrase und muss dieses oder diese erklären. Der Rest der Gruppe versucht, das Wort oder die Phrase zu erraten. Sobald die Gruppe das Wort oder die Phrase errät, bekommt der nächste Teilnehmer / die nächste Teilnehmerin eine Karte und beginnt zu erklären. Die Teilnehmer\_innen wechseln durch, sodass alle an die Reihe kommen. Erklären Sie der Gruppe, dass es drei unterschiedliche Varianten gibt, das Spiel zu spielen, und bitten Sie sie, sich für eine Variante zu entscheiden.

- **1. Variante:** Die Person, die an der Reihe ist, darf nur Pantomime verwenden.
- **2. Variante:** Die Person, die an der Reihe ist, darf sprechen. Sie darf das Wort selbst oder Wörter des gleichen Wortstammes jedoch nicht sagen.
- **3. Variante:** Die Person, die an der Reihe ist, muss zeichnen, um den Begriff / die Phrase zu erklären, darf jedoch nicht sprechen oder Wörter schreiben.

Wählen Sie eine Kategorie und beginnen Sie mit dem Spiel. Lassen Sie die Gruppe wissen, um welche Kategorie es sich handelt. Während des Spieles selbst müssen Sie nicht eingreifen — lassen Sie die Gruppe den Ablauf selbst regeln. Wenn Sie merken, dass die Gruppe an etwas zweifelt oder sich für etwas interessiert, geben Sie die Zusatzinformationen, die Sie auf dem Merkblatt finden. Wenn alle Karten gespielt wurden oder die Gruppe anfängt, das Interesse zu verlieren, beenden Sie das Spiel und bitten Sie die Teilnehmer\_innen, für die Nachbereitung einen Kreis zu bilden.

### **Nachbereitung und Reflexion:**

Beginnen Sie mit folgenden Fragen:

- *Hat euch die Aktivität gefallen und wie geht es euch damit?*
- *Habt ihr etwas Neues gelernt? Was?*
- *Welche Strategien wurden verwendet, um Länder zu erklären? Geographische oder kulturelle? Warum?*
- *Was hat euch am meisten überrascht?*

Sollte es bei einem Wort oder einer Phrase Fragen, Zweifel oder Zögern gegeben haben, können Sie dieses Wort oder diese Phrase an dieser Stelle noch einmal aufgreifen und sich näher damit beschäftigen.

Fahren Sie mit folgenden Fragen fort:

- *War euer Wissen zum Thema Tabak ausreichend?*
- *Interessiert es euch, gewisse Aspekte zu recherchieren und wenn ja, welche?*
- *Glaubt ihr, Tabak ist das einzige Produkt aus unserem alltäglichen Leben, worüber wir zu wenig wissen? Was sind andere Beispiele?*

### **Folgeaktivitäten:**

Je nach Interesse der Teilnehmer\_innen für ein bestimmtes Thema im Zusammenhang mit Tabak, können Sie mit einer tiefergehenden Aktivität aus diesem Handbuch weitermachen, wie zum Beispiel „Tabakkinder“.

### **Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

Bei größeren Gruppen (mehr als 10 Personen) können Sie die Gruppe evtl. in Teams teilen, in denen sich die Person, die den Begriff zu erraten versucht, abwechselt. Auf diese Art können Sie aus dem Spiel auch einen Wettbewerb machen, bei dem Punkte vergeben werden.

Bei sehr großen Gruppen (mehr als 20 Personen) besteht die Möglichkeit, in Kleingruppen parallel zu spielen, damit sich mehrere Personen aktiv am Spiel beteiligen können.



## ARBEITSBLÄTTER

### WORTKARTEN

Kategorie: Top 10 Tabakanbauländer	Kategorie: Stars, die beim Rauchen fotografiert wurden	Kategorie: Kulturpflanzen, die weltweit in geringeren Mengen angebaut werden als Tabak
China	Robert Pattinson (Twilight)	Tabak
Indien	Britney Spears (Sängerin)	Pilze
Brasilien	Ashton Kutcher (Punk'd, Two and a half men)	Tee
USA	Daniel Radcliffe (Harry Potter)	Erdbeeren
Türkei	Kate Moss (Model)	Kakaobohnen
Simbabwe	Kate Winslet (Titanic, Der Vorleser)	Zwiebel
Indonesien	Sarah Jessica Parker (Sex and the City)	Marillen
Italien	Snoop Dogg (Rapper)	Walnüsse
Griechenland	Paris Hilton (Reality-Star)	Kirschen

Kategorie: Top 5 Exportländer von Zigaretten	Kategorie: Berühmte Personen, die an einer Krankheit gestorben sind, die mit Tabakkonsum zusammenhängt	Kategorie: Zeichentrick-Charaktere, die rauchen	Kategorie: Symptome der „Green Tobacco Sickness“
Deutschland	Winston Churchill	Familie Feuerstein	Starke Kopfschmerzen
Niederlande	Walt Disney	Tom & Jerry	Erbrechen
Polen	F. Scott Fitzgerald	Pinocchio	Schwindel
USA	Sigmund Freud	Popeye	Erhöhter Puls
Indonesien	George Harrison	Bugs Bunny	Erhöhter Blutdruck

## MERKBLATT

### Kategorie: Top 10 Tabakanbauländer

Tabak wird in mehr als 125 Ländern, auf mehr als 4 Millionen Hektar Land angebaut — ein Drittel davon befindet sich allein in China. Seit den 1960er Jahren hat sich der Großteil der Produktion vom amerikanischen Kontinent nach Afrika und Asien verlagert. Die Flächen, auf denen in den USA, in Kanada und in Mexiko Tabak angebaut wird, haben sich halbiert, in China, Malawi und der Vereinigten Republik Tansania jedoch fast verdoppelt.

Top-Anbauländer	Kilotonnen (1 kt = 1000 t)
China	2.661
Indien	701
Brasilien	568
USA	450
Türkei	260
Simbabwe	175
Indonesien	147
Italien	132
Griechenland	130
Malawi	120

Quelle: *The Tobacco Atlas of the World Health Organization of the United Nations, 2002*

### Kategorie: Kulturpflanzen, die weltweit in geringeren Mengen angebaut werden als Tabak

Pflanze	Tonnen
Tabak	7.113.965
Pilze	5.987.144
Tee	4.518.060
Erdbeeren	4.366.662
Kakaobohnen	4.230.790
Zwiebel	3.588.038
Marillen	3.442.045
Walnüsse	2.545.388
Kirschen	2.102.651
Artischocken	1.440.903
Zimt	154.999

## Kategorie: Top 5 Exportländer von Zigaretten

Weltweit gibt es mehr als 500 Zigarettenfabriken, die zusammen beinahe 6 Billionen Zigaretten jährlich herstellen — 13 % mehr als vor zehn Jahren. Die größten Exportländer von Zigaretten sind jedoch nicht unbedingt die größten Herstellungsländer: Die führenden Länder in der Zigarettenproduktion sind China (41 %), Russland (7 %), USA (6 %), Deutschland (4 %) und Indonesien (3 %).

Land	exportierte Zigaretten in Milliarden im Jahr 2011
Deutschland	18.111
Niederlande	11.535
Polen	8.949
USA	6.045
Indonesien	5.740

Quelle: [www.tobaccoatlas.org](http://www.tobaccoatlas.org), unterstützt von der American Cancer Society und der World Lung Foundation

## Kategorie: Berühmte Personen, die an einer Krankheit gestorben sind, die mit Tabakkonsum zusammenhängt

- Winston Churchill, ein starker Zigarrenraucher. Churchill entkam dem Tod im 2. Weltkrieg mehrmals. Starb 1965 an einem Schlaganfall.
- Walt Disney, Gründer und Präsident des Unterhaltungskonzerns. Starb 1966 an Lungenkrebs.
- F. Scott Fitzgerald, Schriftsteller, der für „Der große Gatsby“ bekannt ist. Starb 1940 an einem Herzinfarkt.
- Sigmund Freud, Begründer der Psychoanalyse. Starb 1939 an Gaumenkrebs.
- George Harrison, jüngstes Mitglied der Beatles. Starb 2011 an Lungenkrebs, der auch Metastasen im Gehirn bildete.

## Kategorie: Zeichentrick-Charaktere, die rauchen

- Familie Feuerstein war in einer Zigarettenwerbung des Unternehmens Winston zu sehen. Link zur Werbung: <http://www.youtube.com/watch?v=FqdTBDkUEEQ>.
- Tom und Jerry rauchen in zwei der Episoden des Zeichentrick-Klassikers: „Texas Tom“ und „Tom und Tim am Ball“.
- Pinocchio raucht in einem der beliebtesten Walt Disney Zeichentrickfilme. Link: <http://www.youtube.com/watch?v=LvGZZ53Re-o>.
- Popeye – keine Erklärung notwendig. Könnt ihr euch Popeye, der „für ein gesundes Leben wirbt“, überhaupt ohne seine Pfeife vorstellen?
- Bugs Bunny raucht in „Hare Trigger“ aus dem Jahr 1945 in Cowboy-Manier eine Zigarette. Link: <http://www.youtube.com/watch?v=THWCH2Nwsss>

## Kategorie: Symptome der „Green Tobacco Sickness“

Die „Green Tobacco Sickness“ wird hervorgerufen, wenn Tabakarbeiter\_innen dem hochgiftigen Nikotin in Tabakblättern übermäßig ausgesetzt sind und dieses vom Körper aufgenommen wird.

## TEIL 2: THEMEN RUND UM DEN TABAK VERTIEFEN

### Aktivität 3: Tabakkinder

#### Überblick:

Bei dieser Aktivität wird die Ausbeutung von Kindern auf Tabakfeldern thematisiert. Das Format der Aktivität ist eine Variation des Forumtheaters, bei dem das Publikum teilnehmen und Lösungsvorschläge für ein vorgestelltes Problem bringen kann.

#### Ziele:

- Das Thema Kinderarbeit und damit zusammenhängende Aspekte präsentieren;
- Zusammenhänge zwischen Kinderarbeit und unserer Verantwortung als Konsumenten und Konsumentinnen entdecken;
- Lösungsvorschläge gegen Kinderarbeit sammeln.

**Zeitbedarf:** 2 Stunden

**Platzbedarf:** Jeder Ort, an dem eine „Bühne“ und ein „Publikumsbereich“ eingerichtet werden können, eignet sich. Bei der Nachbereitung sollten die Teilnehmer\_innen im Kreis sitzen können.

**Gruppengröße:** >10

**Altersgruppe:** 15+

#### Benötigte Materialien:

- Kopien der Rollen und Szenenbeschreibungen
- Objekte, an denen man die Figuren erkennt (Vorschläge sind bei den Rollen zu finden)

#### Vorbereitung:

Die Vorbereitung ist für diese Aktivität ausschlaggebend.

Suchen Sie Freiwillige, die gerne die ersten Schauspieler\_innen sein möchten. Organisieren Sie mit dieser freiwilligen Gruppe vorab ein Treffen, um ihnen zu erklären, wie die Aktivität abläuft, um die Rollen zu verteilen und um die Szenen zu üben. Arbeiten Sie gemeinsam an den Texten. Bereiten Sie die Schauspieler\_innen darauf vor, dass sie die Reaktionen ihrer Figuren später bei jedem Eingriff aus dem Publikum spontan improvisieren müssen. Dabei sollen sie versuchen, sich daran zu orientieren, wie die Reaktion im echten Leben wäre. Es empfiehlt sich, ein bis zwei Personen, die keine vorbestimmte Rolle zugeteilt bekommen, in Bereitschaft zu haben. Sie können ins Spiel kommen, wenn das Eingreifen in die Szene eines Teilnehmers oder einer Teilnehmerin verlangt, dass eine neue Person in der Szene mitspielt.

Bereiten Sie Hinweistafeln vor, auf denen steht: „1. Szene: Schule in Malawi“, „2. Szene: Auf dem Tabakfeld“, „3. Szene: Tabakunternehmen“, „4. Szene: Geschäft in eurer Umgebung“.

Bereiten Sie den Raum so vor, dass es eine „Bühne“ und einen Publikumsbereich mit Sitzplätzen gibt.



#### Anleitung:

**1. Schritt:** Stellen Sie kurz das Konzept des Forumtheaters vor:

*Das Forumtheater ist eine Methode, die vom brasilianischen Aktivisten Augusto Boal als Teil seines „Theaters der Unterdrückten“ entwickelt wurde. Laut Boal selbst wird beim Forumtheater eine Szene vorgestellt, bei dem es um eine Unterdrückung geht, gegen die der Protagonist oder die Protagonistin nicht ankämpfen kann und gegen die er oder sie verliert. Das Publikum wird aufgerufen, die Schauspieler\_innen zu ersetzen und auf der Bühne alle möglichen Lösungen, Ideen oder Strategien zu spielen. Alle Zuschauer\_innen haben die Möglichkeit, einzugreifen und ihre Ideen zu spielen.*

**2. Schritt:** Bitten Sie die Freiwilligen, das gesamte Stück Szene für Szene vorzuspielen. Erklären Sie dann dem Publikum, dass das Stück wiederholt wird. Hat eine Person aus dem Publikum einen Vorschlag und möchte eingreifen, kann das Stück jederzeit unterbrochen werden. Dabei soll

nicht erklärt werden, was verändert werden soll, sondern die Person aus dem Publikum soll den ursprünglichen Schauspieler / die ursprüngliche Schauspielerin ersetzen und ihren Änderungsvorschlag spielen. Eine Ausnahme ist die Rolle des Unterdrückers / der Unterdrückerin (Chef\_in des Tabakunternehmens): Er / sie kann nicht ersetzt werden. Wenn ein Zuseher oder eine Zuseherin eine Idee hat, muss er / sie erklären, welche Figur er / sie in welcher Szene spielen möchte. Er / sie sollte auch die Objekte nehmen, an denen die entsprechende Figur zu erkennen ist. Die Szenen werden so oft wiederholt, wie es Ideen aus dem Publikum gibt.

**3. Schritt:** Nachdem alle Ideen ausprobiert wurden, sollte der Raum für die Nachbereitung vorbereitet werden.

### Nachbereitung und Reflexion:

Beginnen Sie mit folgenden Fragen:

- *Wie geht es euch?*
- *Wie hat euch die Aktivität gefallen und warum?*
- *Wie hat euch die Ausgangsszene beeinflusst und warum?*
- *Ist der Chef der einzige Unterdrücker / die Chefin die einzige Unterdrückerin?*
- *Welche Strategien wurden vorgeschlagen, um die Situation zu ändern?*
- *Welche Strategie ist die beste? Reicht ein einziger Eingriff aus, um das Problem zu lösen?*
- *Ist die Geschichte realistisch? Sind die Lösungsvorschläge realistisch?*
- *Was lernen wir aus der Geschichte über die Beziehungen zwischen Menschen aus unterschiedlichen Teilen der Welt?*
- *Gilt das nur für das Thema Tabak? Welche anderen Beispiele kennt ihr?*

### Folgeaktivitäten:

Als Folgeaktivitäten eignen sich „Alternativen diskutieren“ oder „Recherchieren, Planen, Handeln“ mit dem Thema Kinderarbeit als zentrales Thema.

Motivieren Sie die Teilnehmer\_innen, Recherchearbeit zur Situation von Kindern in der Tabakindustrie oder anderen Branchen weltweit und zu Kampagnen, die dagegen ankämpfen, anzustellen.

### Tipps für die Umsetzung & Varianten:

Wenn die Schauspieler\_innen, die die ersten Szenen spielen, Teil der Gruppe und nicht Kollegen oder Kolleginnen sind, sollten Sie bedenken, dass dies auch für sie ein Lernprozess ist. Bevor Sie damit loslegen, die Szenen zu spielen, sollten Sie die Freiwilligen mit dem Thema Kinderarbeit in der Tabakindustrie vertraut machen oder sie bitten, das Thema zu recherchieren.

Erklären Sie dem Publikum, dass jede neue Darstellung ein neuer Vorschlag sein soll und es das Ziel ist, das Problem zu lösen. Es kann passieren, dass eine Person aus dem Publikum eine Szene spielt, ohne Verhaltensänderungen vorzuschlagen, oder die Situation verschlimmert, anstatt sie zu verbessern.

## ARBEITSBLÄTTER

### ROLLEN

Figur	Vorschläge für Objekte, an denen man die Figur erkennt
Azibo	Rucksack; buntes Armband
Lehrer_in	Brille; Buch
Azibos Mutter	Kitenge — bunt bedruckter Stoff, der von Frauen in Malawi häufig als Kopfbedeckung getragen wird
Chef_in des Tabakunternehmens	Keine Objekte notwendig, da der Schauspieler / die Schauspielerin dieser Figur nicht ersetzt werden kann
Angestellte_r in Tabakunternehmen	Krawatte; Mappe mit Dokumenten
Ladenbesitzer_in	Schürze
Kunde / Kundin	Geldbörse; Tasche; Sonnenbrille

### SZENENBESCHREIBUNGEN

#### 1. Szene: Schule in Malawi

Azibo erzählt seinem Lehrer / seiner Lehrerin, dass er in den nächsten Monaten nicht in die Schule kommen kann, da seine Familie das Dorf verlässt, um auf Tabakfeldern zu arbeiten. Der Lehrer / die Lehrerin ist enttäuscht und erklärt Azibo, dass er große Fortschritte gemacht habe und dass Bildung sehr wichtig für ihn sei. Azibo wird die Schule und seinen Lehrer / seine Lehrerin vermissen, er hat jedoch keine Wahl, denn seine Familie ist stark verschuldet.

#### 2. Szene: Auf dem Tabakfeld

Azibo und seine Mutter pflücken Tabakblätter. Azibo fühlt sich nicht wohl. Er muss sich übergeben und liegt am Boden. Seine Mutter kennt die Symptome der „Green Tobacco Sickness“ bereits. Sie ist besorgt, fordert Azibo jedoch auf, aufzustehen, bevor ein Aufseher / eine Aufseherin ihn sieht, denn dann könnte die Familie die Arbeit verlieren und durch eine andere, „gesündere“ Familie ersetzt werden.

#### 3. Szene: Tabakunternehmen

Der Chef / die Chefin und der / die Angestellte des Tabakunternehmens besprechen Marktstrategien. Der / die Angestellte erklärt, dass er / sie beunruhigt ist, da Journalisten und Journalistinnen eindringlich Fragen zu den Arbeitsbedingungen auf den Tabakfeldern und in den Fabriken sowie zu Kinderarbeit stellen. Der Chef / die Chefin ist verärgert. Er / sie fordert den Angestellten / die Angestellte auf, die Angelegenheit zu vertuschen und Statistiken zu suchen, die den Namen des Unternehmens rein waschen, sollte es soweit kommen. Gibt es solche Statistiken nicht, soll er / sie welche „erstellen“.

#### 4. Szene: Geschäft in eurer Umgebung

Der Kunde / die Kundin betritt das Geschäft und fragt nach einer Packung Zigaretten. Der Ladenbesitzer / die Ladenbesitzerin fragt, ob der Kunde / die Kundin die Zeitung gelesen habe — es gibt einen Bericht über angebliche Kinderarbeit in der Tabakerzeugung in Malawi. Der Kunde / die Kundin antwortet, dass so etwas in so „unzivilisierten“ Ländern normal wäre, nimmt die Packung Zigaretten und verlässt das Geschäft.

**Aktivität 4: Recherchieren, Planen, Handeln****Überblick:**

Diese Aktivität simuliert die Organisation einer Kampagne. Dabei beschäftigen sich die Teilnehmer\_innen mit Umweltfragen rund um die Tabakerzeugung und den Tabakkonsum und können erfinderisch und kreativ sein.

**Ziele:**

- Recherchefähigkeit der Teilnehmer\_innen stärken;
- Sich mit dem Thema Abholzung und anderen Umweltauswirkungen von Tabakerzeugung und -konsum beschäftigen;
- Eine Verbindung zwischen der Tabakproduktion und dem globalen Umweltschutz herstellen;
- Die Fähigkeit zu Kooperation, Dialog und Entscheidungsfindung fördern;
- Zu Kreativität und Handeln motivieren.

**Zeitbedarf:** 3 Stunden (die Aktivität kann auf mehrere Tage aufgeteilt werden)

**Platzbedarf:** Die Teilnehmer\_innen sollen in Gruppen arbeiten können. Computer oder andere Geräte mit Internetzugang sollen zur Verfügung stehen.

**Gruppengröße:** >10

**Altersgruppe:** 15+

**Benötigte Materialien:**

- Plakate, Plakatstifte, Farben
- Schminke / Körperfarbe
- Kameras oder Smart Phones
- Computer oder andere Geräte mit Internetzugang

**Vorbereitung:**

Um gut auf diese Aktivität vorbereitet zu sein, sollten Sie sich im Voraus selbst mit den Umweltauswirkungen der Tabakerzeugung und des Tabakkonsums vertraut machen.

**Anleitung:****TEIL 1: Recherche**

**1. Schritt:** Fragen Sie die Teilnehmer\_innen, welche Auswirkungen die weltweite Tabakproduktion ihrer Meinung nach auf unseren Planeten hat, und sammeln Sie ihre Ideen.

**2. Schritt:** Erklären Sie den Teilnehmer\_innen, dass sie eine Kampagne nachahmen werden, die zum Ziel hat, ihre Kollegen und Kolleginnen über die Auswirkungen der Tabakproduktion und des Tabakkonsums auf die Erde zu informieren.

**3. Schritt:** Teilen Sie die Gruppe in Kleingruppen und geben Sie ihnen die Aufgabe, so viele Informationen wie möglich zum Thema zu finden, insbesondere Information, die sie selbst interessant finden. Geben Sie den Gruppen dafür mindestens 45 Minuten Zeit.

**4. Schritt:** Versammeln Sie die Kleingruppen wieder im Plenum und bitten Sie die Teilnehmer\_innen, zu berichten. Bereiten Sie den ersten Teil der Aktivität nach (Vorschläge für die Nachbereitung sind untenstehend zu finden).

**TEIL 2: Botschaft**

**1. Schritt:** Die Teilnehmer\_innen arbeiten wieder in den Kleingruppen und sollen die Botschaft ihrer Kampagne planen und die Informationen auswählen, die sie für die Kampagne verwenden möchten. Geben Sie den Teilnehmer\_innen dafür mindestens 20 Minuten Zeit.

**2. Schritt:** Versammeln Sie die Kleingruppen wieder im Plenum und bitten Sie die Teilnehmer\_innen zu berichten.

**3. Schritt:** Geben Sie der gesamten Gruppe Zeit, sich für einen gemeinsamen Kampagnen-Slogan zu entscheiden und festzulegen, welche Informationen für die Kampagne verwendet werden. Lassen Sie die Gruppe selbst über den Ablauf entscheiden und die Diskussionen führen und schreiten Sie nur ein, wenn es notwendig ist. Wenn die Gruppe fertig ist, bereiten Sie den zweiten Teil der Aktivität nach (Vorschläge für die Nachbereitung sind untenstehend zu finden).

### **TEIL 3: Durchführung der Kampagne**

**1. Schritt:** Geben Sie den Teilnehmer\_innen die Aufgabe, in Kleingruppen die Inhalte der Kampagne zusammenzustellen. Ausgangspunkt dafür sind die Botschaft und Informationen, die ausgewählt wurden. Jede Gruppe soll eine andere Methode einsetzen. Drei Möglichkeiten sind:

- *Erstellt ein Plakat, das zum Ziel hat, junge Menschen darüber zu informieren, welche Auswirkungen die weltweite Tabakproduktion und der Tabakkonsum auf den Planeten haben;*
- *Erstellt ein Körperkunstwerk, das zum Ziel hat, junge Menschen darüber zu informieren, welche Auswirkungen die weltweite Tabakproduktion und der Tabakkonsum auf den Planeten haben;*
- *Macht ein Foto, das als Facebook-Titelfoto verwendet werden kann und das zum Ziel hat, junge Menschen darüber zu informieren, welche Auswirkungen die weltweite Tabakproduktion und der Tabakkonsum auf den Planeten haben;*

Geben Sie den Gruppen dafür mindestens 40 Minuten Zeit. Versammeln Sie sich im Anschluss wieder im Plenum und bitten Sie die Gruppen, die Ergebnisse zu zeigen. Führen Sie die Nachbereitung durch.

### **Nachbereitung und Reflexion:**

#### **Nachbereitung nach TEIL 1:**

- *Wie geht es euch?*
- *Habt ihr etwas Neues gelernt?*
- *Was hat euch am meisten beeindruckt?*
- *Wie seid ihr bei der Recherche vorgegangen?*
- *Haben die verschiedenen Gruppen unterschiedliche Informationen gefunden? Warum ist das so?*
- *Habt ihr Informationen gefunden, die sich widersprechen? Wie habt ihr entschieden, welchen Informationen ihr glauben könnt?*
- *Warum glaubt ihr, gibt es widersprüchliche Informationen?*
- *Nach welchen Regeln könntet ihr vorgehen, wenn ihr Informationen recherchiert und sammelt?*

#### **Nachbereitung nach TEIL 2:**

- *Seid ihr mit dem Ergebnis zufrieden?*
- *War es schwierig, eine gemeinsame Vorstellung der Kampagne zu entwickeln?*
- *Wie ist dieser Prozess abgelaufen? Hat jemand die Leitung übernommen? Waren alle beteiligt?*
- *Hat die Arbeit in den Kleingruppen anders funktioniert als in der großen Gruppe? Wie/Warum?*
- *Was lernt ihr aus dieser Erfahrung in Bezug auf Kooperation?*

## **Nachbereitung nach TEIL 3:**

- *Seid ihr mit dem Ergebnis zufrieden? Warum? Warum nicht?*
- *Was ist eure Meinung zum gesamten Prozess über alle drei Teile der Aktivität hinweg?*
- *Was habt ihr gelernt?*
- *Habt ihr euch früher schon Gedanken über diesen Aspekt des Tabaks gemacht? Was glaubt ihr, warum das so ist?*
- *Gilt das nur für das Thema Tabak? Welche anderen Beispiele kennt ihr?*
- *Ist das ein lokales oder ein globales Problem? Bitte begründet eure Antwort!*
- *Welche Verantwortung haben wir bei der Lösung dieses Problems?*
- *Könnte man eure Ergebnisse für eine echte Kampagne verwenden? Würdet ihr gerne an einer echten Kampagne arbeiten?*

## **Folgeaktivitäten:**

Sollten die Botschaften und die Ergebnisse Potential haben und die Teilnehmer\_innen motiviert sein, eine echte Kampagne durchzuführen, starten Sie eine! Im Kapitel „Werde Aktiv“ finden sie nützliche Tipps für Kampagnen.

## **Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

Wenn sich die Gruppe regelmäßig trifft, kann diese Aktivität auf mehrere Tage aufgeteilt werden, zum Beispiel auf zwei oder drei Tage innerhalb einer Woche. Stellen Sie jedoch sicher, dass alle Teilnehmer\_innen an allen Aufgaben teilnehmen.

Im dritten Teil der Kampagne können Sie auch andere Methoden anbieten, zum Beispiel die Erstellung einer Broschüre, ein kurzes Video, ein kleiner Flash Mob etc.

## Aktivität 5: Alternativen diskutieren

### Überblick:

Diese Aktivität beschäftigt sich mit dem kontroversen Thema, der Abschaffung der Tabakproduktion und den Folgen für die Menschen, die von der Tabakerzeugung leben. Grundlage dafür sind zwei Texte, die auf dem wahren Leben basieren.

### Ziele:

- Das Thema Tabakerzeugung mit dem Problem der Nahrungsmittelsicherheit und Armut in Verbindung bringen;
- Ideen und Alternativen für die bestehenden Probleme in der Tabakproduktion überlegen;
- Die Fähigkeiten stärken, mit kontroversen Themen umzugehen und einen multiperspektivischen Zugang zu entwickeln.

**Zeitbedarf:** 90 Minuten

**Platzbedarf:** Der Platz soll ausreichen, um in Kleingruppen zu arbeiten und im Plenum im Kreis zu sitzen.

**Gruppengröße:** >6

**Altersgruppe:** 15+

### Benötigte Materialien:

- Kopien
- Plakate und Plakatstifte
- Kugelschreiber oder Bleistifte

### Vorbereitung:

Kopieren Sie die Arbeitsblätter (Text 1 und Text 2).

### Anleitung:

**1. Schritt:** Teilen Sie die Gruppe in Kleingruppen und geben Sie jeder Kleingruppe Kopien von „Text 1“

**2. Schritt:** Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, den Text in den Kleingruppen zu lesen, die Fragen zu besprechen und im Plenum zu präsentieren.

**3. Schritt:** Teilen Sie die Kopien von „Text 2“ aus, die Geschichte von Tabakbauern und -bäuerinnen, die von diesem Anbau leben.

**4. Schritt:** Fragen Sie die Teilnehmer\_innen in Kleingruppen nach Lösungen für die Tabakbauern und -bäuerinnen.

**5. Schritt:** Versammeln Sie die Teilnehmer\_innen im Plenum, um die Lösungen zu präsentieren und zu besprechen und um die Aktivität nachzubereiten.

### Nachbereitung und Reflexion:

Beginnen Sie mit folgenden Fragen:

- *Wie geht es euch?*
- *Was hat euch bei dieser Aktivität am meisten beeindruckt / überrascht?*
- *Habt ihr euch zu irgendeinem Zeitpunkt irritiert oder unwohl gefühlt und wenn ja, wann?*
- *Denkt ihr, dass die Information manipulativ dargestellt wird?*
- *Welcher Text ist eurer Ansicht nach manipulativer?*
- *Was war bei der Diskussion des ersten und des zweiten Textes anders?*



- *Habt ihr alle Aspekte eurer Ideen und Vorschläge in Betracht gezogen? Warum? Warum nicht?*
- *Welche anderen Beispiele kennt ihr?*
- *Wie könnt ihr sicherstellen, dass ihr alle Aspekte eines Themas, mit dem ihr euch beschäftigt, in Betracht zieht?*
- *Welche Möglichkeiten gibt es, um mit kontroversen Themen umzugehen?*

### **Folgeaktivitäten:**

Sie können diese Aufgabe mit der Aktivität „Tabakkinder“ verbinden und über Alternativen für Kinder sprechen, welche von einer Industrie abhängig sind, die ihnen schadet.

Motivieren Sie die Teilnehmer\_innen, sich mit verschiedenen sozialen Kampagnen zu beschäftigen. Dabei sollten sie sich ansehen, wie diese auf alle Aspekte eines bestimmten Themas und die Bedürfnisse aller Beteiligten eingehen.

## ARBEITSBLÄTTER

### TEXT 1:

Während Millionen Männer, Frauen und Kinder auf der ganzen Welt verhungern, schätzt die internationale Organisation für Ernährung und Landwirtschaft (FAO), dass im Jahr 2009 auf fast 3,9 Millionen Hektar Land weltweit Tabak kultiviert wurde. Dabei sollten wir bedenken: Tabak ist kein Nahrungsmittel!

Milliarden Euro werden in mehr als 125 Ländern auf der ganzen Welt in den Anbau von Tabak investiert. Die globale Produktion der Pflanze liegt bei über 7,1 Millionen Tonnen. Und falls Sie es noch nicht wissen, sagen wir es Ihnen — Tabak ist kein Nahrungsmittel!

Pilze, Erdbeeren, Zwiebel und Marillen sind nur einige der essbaren Pflanzen, von denen weitaus geringere Mengen als von Tabak angebaut werden. Gleichzeitig ist die Ernährung der Welt zu einer der größten Herausforderungen des 21. Jahrhunderts geworden. Und falls Sie es noch nicht wissen, sagen wir es Ihnen — Tabak ist kein Nahrungsmittel!

Die Tabakerzeugung ist eine der Branchen, die zur Abholzung unserer Wälder führt. In manchen Ländern ist sie für 45 % der Kahlschläge verantwortlich. Bäume werden reuelos gefällt, damit die Flächen zum Anbau von Tabak genutzt werden können oder das Holz wird verbrannt, um Tabakblätter zu trocknen. Und falls Sie es noch nicht wissen, sagen wir es Ihnen — Tabak ist kein Nahrungsmittel!

Das muss ein Ende haben! Verboten wir die Tabakproduktion — ein für alle Mal!

Fragen für die Diskussion:

- *Findet ihr, dass etwas auf dieser Welt falsch läuft, und was ist das?*
- *Glaubt ihr, dass sich etwas ändern muss?*
- *Was muss sich ändern und wie?*

### TEXT 2:

Mein Name ist Mehmed und ich bin 14 Jahre alt. Ich lebe im Süden von Bulgarien und meine Familie baut schon seit 80 Jahren Tabak an. Meine Eltern, meine Geschwister und ich helfen alle beim Anbau und der Ernte mit. Der Tabak wächst auf einem Stück Land in den Bergen, das meiner Familie gehört. Er ist unsere einzige Einkommensquelle, denn es gibt hier keine anderen Möglichkeiten, zu arbeiten.

Meine Eltern kämpfen dafür, dass die Familie genug Geld hat. Das wird immer schwieriger, denn der Preis von Tabak sinkt immer weiter und wir wissen nie, wie viel wir wirklich verkaufen werden.

Früher wurde die Tabakproduktion mit Subventionen von der Regierung unterstützt, doch das ändert sich. Sie sagen jedes Jahr, dass wir die Förderungen zum letzten Mal bekommen.

Letztes Jahr kamen Leute im Anzug zu uns und meinten, wir sollten anfangen, unser Land mit etwas anderem zu bebauen. Sie machten einige Vorschläge, doch nichts davon würde wirklich klappen. Tabak anbauen — das ist das, was wir können. Wenn sie glauben, dass wir auf unserem Land Tomaten anbauen können, dann sollen sie gerne kommen und es selbst ausprobieren.

Mein Vater nahm an allen Protesten teil, die die Tabakbauern hier organisiert haben. Er hat dieses Jahr schon mehrmals gesagt, dass er sich anzünden wird, wenn sich nichts ändert. Ich habe Angst, dass er das wirklich macht.

Es ist nicht leicht, Tabak anzubauen, das kann ich euch sagen. Und ich verstehe nicht, warum meine Familie so arm ist, obwohl wir so hart arbeiten. Wir leben nur davon, Tabak anzubauen und wir sind nicht die einzigen, denen es so geht.

Fragen für die Diskussion:

- *Findet ihr, dass etwas auf dieser Welt falsch läuft, und was ist das?*
- *Glaubt ihr, dass sich etwas ändern muss? Was muss sich ändern und wie?*



## TEIL 3: WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

### *Internetquellen*

World Health Organizations – Tobacco Free Initiative

<http://www.who.int/tobacco/en/>

The Tobacco Industry's Negative Impact on the Environment

<http://www.nsra-adnf.ca/cms/file/files/pdf/factsheet.pdf>

Fair Trade Tobacco

<http://www.fairtradetobacco.org/>

Every Tobacco is Unfair Tobacco

<http://www.unfairtobacco.org/en/>

The Tobacco Atlas

<http://tobaccoatlas.org/>

International Labor Rights Forum – Stop Child and Forced Labor – Tobacco Campaign

<http://www.laborrights.org/stop-child-labor/tobacco-campaign>

### *Weiterführende Literatur*

The Cigarette Century: The Rise, Fall, and Deadly Persistence of the Product That Defined America  
by Allan Brandt

### *Film*

Thank You for Smoking (USA, 2005)

## Kapitel 3 ..

# Schokolade



## INHALT

HINTERGRUNDINFORMATIONEN - SCHOKOLADE	54
<b>TEIL 1: THEMEN RUND UM DIE SCHOKOLADE KENNENLERNEN</b>	<b>55</b>
AKTIVITÄT 1: EIN SCHOKOLADE-QUIZ	55
AKTIVITÄT 2: WER BEKOMMT WAS	59
<b>TEIL 2: THEMEN RUND UM DIE SCHOKOLADE VERTIEFEN</b>	<b>61</b>
AKTIVITÄT 3: EIN WERTSCHÖPFUNGSKETTENSPIEL	61
AKTIVITÄT 4: FILMVORFÜHRUNG	68
AKTIVITÄT 5: FAIRTRADE-SCHOKOLADE	70
<b>TEIL 3: WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN</b>	<b>76</b>

## HINTERGRUNDINFORMATIONEN — SCHOKOLADE

Unsere Schokolade wird aus Kakaobohnen erzeugt, die aus den Früchten eines Kakaobaumes gewonnen werden. Jede Frucht enthält bis zu 20 bis 40 Samen — die Kakaobohnen —, die in ein süßes Fruchtmus eingebettet sind. Der Anbau von Kakao ist eine aufwendige körperliche Arbeit. Nachdem die reifen Früchte von den Bäumen geschnitten wurden, werden sie fermentiert, getrocknet, gereinigt und verpackt. Die Kakaobauern und -bäuerinnen verkaufen den Kakao an Zwischenhändler\_innen, die diesen an Exporteure und Exporteurinnen weiterverkaufen. Der Kakao wird daraufhin in Länder transportiert, die Schokolade herstellen, um dort geröstet, gebrochen und gemahlen zu werden. Zu den verarbeiteten Bestandteilen gehören auch Kakaobutter und Kakaopulver, die nicht nur für die Schokoladeproduktion, sondern auch in der Kosmetik- und Pharmaindustrie verwendet werden.

Europäer\_innen essen durchschnittlich etwa 5,2 kg Schokolade im Jahr.

Der Großteil des Kakao wird im Globalen Norden konsumiert, 70 % der Kakaobohnen weltweit kommen jedoch aus vier westafrikanischen Ländern: Elfenbeinküste, Ghana, Nigeria und Kamerun. Kakao ist die Haupteinkommensquelle von 5,5 Millionen Kleinbauern und -bäuerinnen und dient 14 Millionen Landarbeitern und -arbeiterinnen sowie deren Familien im globalen Süden als Lebensgrundlage.

Von den Kosten einer Schokolade fällt nur ein sehr kleiner Teil auf den Kakaoanbau zurück. Die Preise für Kakaobohnen sind seit den 1980er Jahren stark gefallen, was dazu geführt hat, dass die Einkommen der Kakobauern und -bäuerinnen gesunken sind. Sie können die Kosten für die Kakao-Produktion nicht mehr tragen, geschweige denn, in neue Kakaobäume investieren oder Düngemittel und Pestizide kaufen. Unter einer solchen finanziellen Last beuten die Bauern und Bäuerinnen ihre Arbeiter\_innen aus oder greifen auf Kinderarbeit zurück, um die Kosten zu senken. In den schlimmsten Fällen führt das sogar zu Kinderhandel: Das heißt, Kinder werden entführt, in andere Länder gebracht und dort zum Arbeiten gezwungen. Derzeit arbeiten bis zu 2 Millionen Kinder auf Kakaoplantagen in Westafrika. Viele von ihnen arbeiten unfreiwillig unter gefährlichen Bedingungen, die ihrer physischen und psychischen Gesundheit ernsthaft schaden und ihnen ihr Recht auf Bildung entziehen.

Auf dem wettbewerbsintensiven internationalen Kakaomarkt gibt es nur wenige große Unternehmen. Während diese um immer größere Marktanteile und höhere Gewinne kämpfen, tragen die Kakaobauern und -bäuerinnen die Kosten, da sie immer weniger Anteile der Einnahmen bekommen. Zusammen gehören den größten kakaoverarbeitenden Konzernen 56,2 % der Marktanteile im Rohkakaohandel. Zwei Drittel der Schokoladeproduktion sind im Besitz von nur sieben Unternehmen.

Ein ausreichendes Einkommen ist nicht die einzige Grundvoraussetzung, um das Leben der Kakaobauern und -bäuerinnen und ihrer Familien zu verbessern. Die gesamte Wertschöpfungskette — von den Produzenten und Produzentinnen bis hin zu den Schokoladekonzerne — braucht auch ein erhebliches Maß an Transparenz. Im Globalen Süden sind bereits tausende Bauern und Bäuerinnen ethischen Zertifizierungssystemen beigetreten, die ihnen viele soziale, wirtschaftliche und ökologische Vorteile garantieren. Es gibt drei wesentliche Organisationen, die die Zertifizierungsstandards für Unternehmen, Händler\_innen und Bauern und Bäuerinnen festlegen: Fairtrade International, Rainforest Alliance und UTZ Certified.

### Quellen:

International Cocoa Organization (2012): Quarterly bulletin of Cocoa Statistics, Jahrgang XXXVIII Nr. 1, Cocoa Year 2011/12, Tabelle 41

Tropical Commodity Coalition (2010): Cocoa Barometer 2010, p.3; Hütz-Adams, F/ Fountain, A.C. (2012): Cocoa Barometer 2012, p.3

Gilbert, Christopher (2008): Value chain analysis and market power in commodity processing with application to the cocoa and coffee sectors. In: Commodity market review, 2007-2008, pp.8

International Cocoa Organization (2012): Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics, Jahrgang XXXVIII Nr. 1, Cocoa Year 2011/12, Tabelle 1

## TEIL 1: THEMEN RUND UM DIE SCHOKOLADE KENNENLERNEN

### AKTIVITÄT 1: Was weißt du über Schokolade? Ein Schokolade-Quiz

#### Überblick:

Das Schokolade-Quiz bietet eine einfache Möglichkeit, sich mit Themen wie dem Schokoladekonsum, der Kakaoproduktion oder den Problemen rund um die Schokoladeproduktion vertraut zu machen. Das Quiz kann auch dazu dienen, die Länder auf der Weltkarte zu entdecken, die den Großteil der Schokolade produzieren und die, die die meiste Schokolade konsumieren.

#### Ziele:

- Themen rund um die Schokoladeindustrie kritisch betrachten und Meinungen bilden;
- Probleme der globalen Schokoladeherstellung verstehen;
- Die Abhängigkeiten zwischen dem Globalen Süden und dem Globalen Norden in der Schokoladeproduktion verstehen.

**Zeitbedarf:** 30 Minuten

**Gruppengröße:** 15 – 20 Personen

**Altersgruppe:** 12+

#### Benötigte Materialien:

- Papier
- Stifte
- Große Weltkarte und / oder Internetzugang

#### Platzbedarf:

- Die Teilnehmer\_innen sollen die Möglichkeit haben, in kleinen Gruppen zu sitzen und im Raum sollen Tische zum Schreiben zur Verfügung stehen.

#### Vorbereitung:

Um die Aktivität interaktiver zu gestalten und die Jugendlichen im Lernprozess zu unterstützen, geben Sie ihnen die Möglichkeit, im Internet nach den Antworten zu suchen.

Teilen Sie die Gruppe in drei Teams, die je um einen Tisch sitzen. Hängen Sie die Weltkarte auf.



#### Anleitung:

**1. Schritt:** Lesen Sie alle Fragen vor und geben Sie den Teams die Aufgabe, die Fragen zu beantworten. Wenn Sie die Aktivität ohne Recherchemöglichkeiten im Internet durchführen, sollten Sie pro Frage je drei Antwortmöglichkeiten zur Auswahl geben.

**2. Schritt:** Wenn die Teams alle Fragen beantwortet haben, sammeln Sie die Antworten und lassen Sie die Teilnehmer\_innen die Lösungen wissen.

**3. Schritt:** Vergleichen Sie die Antworten und besprechen Sie sie mit der ganzen Gruppe.

**4. Schritt:** Zeigen Sie auf der Landkarte, wo der meiste Kakao produziert wird und wo die größten Mengen konsumiert werden.

#### Nachbereitung und Reflexion:

Fragen Sie die Teilnehmer\_innen, ob ihnen die Übung gefallen hat und fragen Sie:

- *Wie war das Quiz? Einfach, schwierig, interessant?*
- *Welche Fragen waren am schwierigsten zu beantworten und welche am einfachsten und warum?*
- *Habt ihr etwas Neues gelernt und wenn ja, was?*
- *Ist euch etwas aufgefallen, das ihr schon vorher gewusst habt, worüber ihr jedoch nie nachgedacht habt? Was hat euch überrascht?*

## **Folgeaktivitäten:**

Ein Quiz ist eine gute Möglichkeit, erste Einblicke in Themen zu geben und das Interesse der Teilnehmer\_innen zu wecken, mehr zu verschiedenen Aspekten rund um das Thema Schokolade zu entdecken. Als Anschluss bieten sich die Aktivitäten „Was weißt du über Schokolade? Ein Wertschöpfungskettenspiel“ oder „Wer bekommt was?“ an.

Sie können die Gruppe auch darüber informieren, dass es Kampagnen gibt, die sich für bessere Bedingungen der Kakaobauern und -bäuerinnen einsetzen (z.B. Make Chocolate Fair! - mehr dazu im Kapitel „Werde Aktiv“). Wer das Thema Schokolade spannend findet, kann solche Kampagnen verfolgen und findet dort auch Möglichkeiten, aktiv zu werden.

## **Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

Passen Sie die Fragen dem Alter und Wissensstand der Teilnehmer\_innen an. Sollten Sie die Teilnehmer\_innen im Internet nach den Antworten suchen lassen, ist das eine gute Gelegenheit, sich kritisch mit den Informationen, die das Internet bietet, auseinanderzusetzen, oder sich mit dem Bild, das das Internet von Schokolade vermittelt, zu beschäftigen. Welche Bilder findet man?

Alle Teams können evtl. kleine Preise bekommen, am besten fair gehandelte Schokolade.

## ARBEITSBLÄTTER

### SCHOKOLADE-QUIZ MIT 10 FRAGEN:

1. Wann und wo wurde die erste Tafel Schokolade hergestellt?
2. Wie viel Schokolade isst ein Durchschnittseuropäer / eine Durchschnittseuropäerin jedes Jahr?
3. Welche zwei Länder sind die größten Kakaoproduzenten weltweit?
4. Welche Mineralstoffe enthält Schokolade in größeren Mengen?
5. Warum wird Kakao „Speise der Götter“ genannt?
6. Welche Unternehmen sind weltweit die größten Schokoladeproduzenten?
7. Wie viel Prozent des Preises einer Tafel Schokolade bekommen die Kakaobauern und -bäuerinnen?
8. Welches Problem der heutigen Kakaoindustrie wird als das schändlichste Problem gesehen?
9. Was bedeutet das FAIRTRADE-Siegel auf einer Tafel Schokolade?
10. Was ist die „Make Chocolate Fair!“ Kampagne? Was sind ihre Ziele?

### ANTWORTEN UND ERKLÄRUNGEN:

1. Kakao wurde im 16. Jahrhundert von spanischen Seeleuten nach Europa gebracht. Ursprünglich wurde Kakao als kaltes, flüssiges Getränk konsumiert. Der Brite Joseph Fry des Unternehmens Fry and Sons begann 1847 damit, feste Schokolade herzustellen. Milkschokolade wurde 1875 erfunden, als der Schweizer Daniel Peter Milchpulver zu Kakao mischte.
2. Ein durchschnittlicher Europäer / eine durchschnittliche Europäerin isst im Jahr 5,2 kg Schokolade. Die Hälfte der weltweit produzierten Schokolade wird in Europa konsumiert, 22 % in den USA.
3. Elfenbeinküste (35 % der weltweiten Produktion) und Ghana (22 % der weltweiten Produktion). 70 % der weltweiten Kakaoproduktion kommt aus Westafrika (neben der Elfenbeinküste und Ghana aus Nigeria und Kamerun). Nur 15 % des Kakaos kommt aus südamerikanischen Ländern. Dies ist eine interessante Tatsache, da Kakao ursprünglich aus Südamerika stammt und bis ins 15. / 16. Jahrhundert dem Rest der Welt noch nicht bekannt war.
4. Magnesium, Eisen, Chrom, Kupfer und Zink. Rohkakao beinhaltet viele Antioxidantien — viel mehr als Schwarzbeeren, Goji-Beeren, Rotwein oder Granatäpfel. Der Genuss von Schokolade kann in moderaten Mengen Teil eines ausgeglichenen und gesunden Lebensstils sein, wenn man auch darauf achtet, dass nicht nur die Ernährung eine Rolle spielt. Sport und Bewegung sind ebenso wichtig für ein gesundes, zufriedenes Leben.
5. Der weltbekannte Botaniker Carl von Linné nannte den Kakaobaum *Theobroma cacao* oder „Speise der Götter“. Dies rührt vermutlich von einem alten aztekischen Glauben an die göttliche Herkunft des Kakaos. Studien belegen, dass durch Kakao die Freigabe von Substanzen im Körper stimuliert wird, die ein Wohlfühlgefühl verbreiten und die Gehirnaktivität anregen. Berichten zufolge hatte Napoleon auf seinen Feldzügen Schokolade mit, die er aß, wenn er einen schnellen Energieschub brauchte.
6. Die weltweit größten Schokoladeproduzenten sind Mars Inc (USA) und Mondelez Int. Inc (USA). Auf diese Giganten folgen Nestlé (Schweiz), Hershey Foods Corp (USA), Lindt & Sprüngli (Schweiz). Zwei Drittel der weltweiten Marktanteile an Schokolade gehören fünf Unternehmen.



7. Kakaobauern und -bäuerinnen bekommen 6 % des Preises, den Kunden und Kundinnen für eine Tafel Schokolade bezahlen. In den 1980er Jahren erhielten sie mit 16 % noch fast das Dreifache. Der größte Anteil — 70 % — wird von den Schokoladekonzerne selbst eingeheimst. Die Anteile des Handels sind von 12 % auf 17 % gestiegen.
8. Kinderarbeit. Allein in der Elfenbeinküste und in Ghana arbeiten beinahe 2 Millionen Kinder auf Kakaoplantagen, Hunderttausende von ihnen unter Arbeitsbedingungen, die in keiner Weise internationalen Standards entsprechen. Kinderhandel und Zwangsarbeit sind vor allem in der Elfenbeinküste schwerwiegende Missstände.
9. Das FAIRTRADE-Siegel auf der Verpackung weist darauf hin, dass die Kakaobauern und -bäuerinnen einen gerechteren Preis für ihre Ernte bekommen haben. Das FAIRTRADE-System verbietet Kinderarbeit auf Kakaoplantagen, unterstützt soziale Projekte der Kakao anbauenden Gemeinden und fördert umweltfreundliche und nachhaltige Anbaumethoden.
10. Make Chocolate Fair! (MCF!) ist eine internationale Kampagne, die Jugendliche aus Europa mobilisiert, sich aktiv für mehr Gerechtigkeit in der globalen Kakaoindustrie einzusetzen. Die MCF! Kampagne läuft in 16 europäischen Ländern. Es werden Unterschriften für eine Petition gesammelt, die von Unternehmen verlangt, Verantwortung für die sozialen und ökologischen Standards in ihrer Schokoladeproduktion zu übernehmen.

## AKTIVITÄT 2: Wer bekommt was?

### Überblick:

Wie bei vielen Waren im internationalen Handel sind es die Unternehmen des Globalen Nordens, denen der größte Teil der Wertschöpfungskette gehört. Bei dieser Aktivität befassen sich die Teilnehmer\_innen damit, wie eine Tafel Schokolade zwischen den folgenden vier Gruppen aufgeteilt wird: (1) Kakaobauern und -bäuerinnen, (2) Kakao- und Schokoladeunternehmen, (3) Handel, (4) Zwischenhändler\_innen. Die Kakaobauern und -bäuerinnen im Globalen Süden bekommen nur einen sehr kleinen Teil der Umsatzerlöse: zum Beispiel 6,4 % in Ghana, 5,7 % in der Elfenbeinküste. Im Vergleich dazu war ihr Anteil in den späten 1980er Jahren bei 16 %. Die Anteile der Kakao- und Schokoladeunternehmen sind im Gegensatz dazu im selben Zeitraum von 56 % auf 70 % gestiegen, die des Handels von 12 % auf 17 %. Mehr Informationen dazu sind im Merkblatt der Make Chocolate Fair! Kampagne zu finden:

[http://at.makechocolatefair.org/sites/makechocolatefair.org/files/pdf/factsheet01\\_d11.pdf](http://at.makechocolatefair.org/sites/makechocolatefair.org/files/pdf/factsheet01_d11.pdf)

### Ziele:

- Sich für faire Bedingungen für Kakaobauern und -bäuerinnen engagieren;
- Ungerechtigkeit verstehen und Einfühlungsvermögen und Solidarität entwickeln;
- Entwicklungsbezogene Themen rund um die globale Produktion und den Welthandel von Kakao sowie das Thema der globalen Gerechtigkeit in der Schokoladeindustrie kritisch beleuchten.

**Zeitbedarf:** 10 Minuten

**Gruppengröße:** 10 – 30 Personen

**Altersgruppe:** 12-17

### Benötigte Materialien:

- Eine große Tafel Schokolade

### Vorbereitung:

Teilen Sie die Tafel Schokolade in vier Teile, sodass diese den Anteilen in der Schokoladeproduktion entsprechen: Schokolade- und Kakaounternehmen 70 %, Handel 17 %, Zwischenhändler\_innen 7 %, Kakaobauern und -bäuerinnen 6 %.



### Anleitung:

**1. Schritt:** Teilen Sie die Teilnehmer\_innen in vier Gruppen.

**2. Schritt:** Teilen Sie die Tafel Schokolade so auf, dass die erste Gruppe etwa 70 %, die zweite ca. 17 %, die dritte 7 % und die vierte Gruppe 6 % der Tafel bekommt.

**3. Schritt:** Fragen Sie die Teilnehmer\_innen nach ihrer Meinung dazu, warum Sie die Tafel Schokolade entsprechend aufgeteilt haben. Diskutieren Sie ein wenig darüber, bevor Sie verraten, dass Ihre Aufteilung auf den Anteilen an der Wertschöpfungskette der Schokoladeproduktion basiert. Bereiten Sie die Aktivität nach.

### Nachbereitung und Reflexion:

Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, im Kreis zu sitzen. Fragen Sie, ob ihnen die Übung gefallen hat und stellen Sie die folgenden Fragen:

- *Wie war die Aktivität? Wie habt ihr euch gefühlt? Was ist passiert?*
- *Worum ging es bei der Aktivität?*
- *Wie habt ihr euch gefühlt, nachdem ihr den Grund für die Aufteilung erfahren habt? War das eine faire Aufteilung der Einnahmen? Warum?*
- *Was meint ihr, könnte getan werden, um die Situation zu ändern?*
- *Was habt ihr gelernt oder entdeckt?*

## **Folgeaktivitäten:**

Auf diese Aktivität kann jede der Aktivitäten aus Teil 2 folgen.

Motivieren Sie die Jugendlichen, mehr zu den Themen Schokoladeproduktion, globaler Handel und fairer Handel in Erfahrung zu bringen. Schlagen Sie verschiedene Projekte oder Aktionen, die durchgeführt werden könnten, vor, wie z. B. eine Filmvorführung, ein Treffen mit einem Experten / einer Expertin für fairen Handel etc.

## **Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

Eine Möglichkeit ist es, bei dieser Aktivität eine große Weltkarte einzusetzen und die Länder zu zeigen, die die meiste Schokolade produzieren bzw. konsumieren. Sie können auch die Fotos der Aktivität „Was weißt du über Schokolade? Ein Wertschöpfungskettenspiel“ verwenden, um die Aktivität mit Bildern zu untermauern.

Sollten Sie mit jungen Erwachsenen (18+) arbeiten, können Sie einen vierten Schritt hinzufügen, bei dem die Teilnehmer\_innen in kurzen Rollenspielen versuchen, verschiedene Prozentanteile auszuhandeln.

Geben Sie den Teilnehmer\_innen verschiedene Rollen. Sie sollen ihren Arbeitsalltag schauspielerisch darstellen. Somit erhöht sich das Verständnis über Ungerechtigkeiten.

Die Teilnehmer\_innen teilen die verfügbare Schokolade selbst auf.

Zur Visualisierung können Sie eine Verteilungstabelle anlegen (Was habt ihr gegeben? Was kriegen die Stakeholder tatsächlich?).

## TEIL 2: THEMEN RUND UM DIE SCHOKOLADE VERTIEFEN

### AKTIVITÄT 3: Was weißt du über Schokolade? Ein Wertschöpfungskettenspiel

#### Überblick:

Diese Aktivität gibt einen guten Überblick über die Produktions- und Wertschöpfungskette von Schokolade und illustriert diese anhand von Fotos.

#### Ziele:

- Themen rund um die Schokoladeproduktion und -industrie kritisch betrachten;
- Die Abhängigkeiten zwischen dem Globalen Süden und dem Globalen Norden in der Schokoladeproduktion verstehen;
- Sich durch die Beschäftigung mit FAIRTRADE-Schokolade mit ethischem Konsum auseinandersetzen.

**Zeitbedarf:** 15 Minuten

**Gruppengröße:** 10 – 20 Personen

**Altersgruppe:** 12+

#### Benötigte Materialien:

- 11 Fotos der Produktions- und Wertschöpfungskette von Schokolade

#### Vorbereitung:

Teilen Sie die Teilnehmer\_innen in drei Gruppen und bereiten Sie die Fotos für jede Gruppe vor.

#### Anleitung:

**1. Schritt:** Geben Sie den Gruppen die Fotos und bitten Sie diese, die Fotos jeweils in einer chronologischen Reihenfolge zu sortieren.

**2. Schritt:** Alle drei Gruppen erklären, was auf den Fotos, die sie geordnet haben, geschieht.

**3. Schritt:** Kontrollieren Sie, ob die Gruppen die Fotos in der richtigen Reihenfolge aufgelegt haben.

**4. Schritt:** Erklären Sie ausführlicher, was auf den Fotos und in den unterschiedlichen Phasen der Schokoladeproduktion passiert.

**5. Schritt:** Eröffnen Sie die Diskussion über die Schokoladeindustrie: Wo wird die meiste Schokolade produziert (Top 5 Länder) und wo wird die meiste Schokolade konsumiert (Top 5 Länder)? Welche Probleme gibt es in der Schokoladeindustrie? Sie können verschiedene Themen wie z. B. die Arbeitsbedingungen, die Wertschöpfungskette, den fairen Handel etc. ansprechen.

#### Nachbereitung und Reflexion:

Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, im Kreis zu sitzen. Die Nachbereitung kann auf folgenden Fragen basieren:

- Was ist eure Meinung zu dieser Aktivität? Wie war es? War es schwierig, die Aufgabe zu lösen? War es einfach?
- Wie ist das Lösen der Aufgabe abgelaufen? Wie seid ihr beim Ordnen der Fotos vorgegangen? Welches Wissen oder welche Informationen habt ihr als Grundlagen eurer Entscheidungen verwendet?
- Was könnt ihr aus dieser Aktivität lernen?



## **Folgeaktivitäten:**

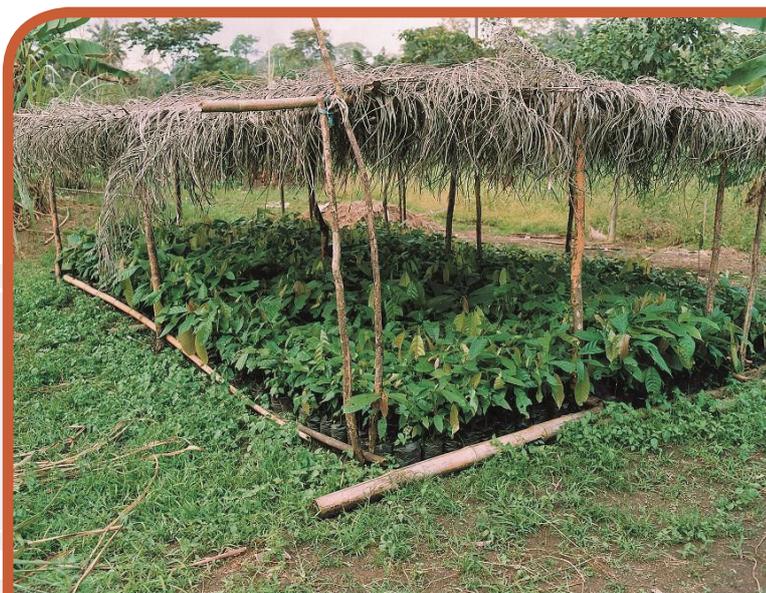
Auf die Aktivität kann jede andere Aktivität dieses Kapitels folgen. Versuchen Sie, das Bewusstsein der Jugendlichen dafür zu schärfen, welche globalen Ungerechtigkeiten es in der Kakaoindustrie gibt. Schlagen Sie der Gruppe vor, mehr über die Abhängigkeiten im globalen Handel in Erfahrung zu bringen. Sie können zum Beispiel Recherchen zum Thema anstellen oder eine lokale FAIRTRADE-Organisation kontaktieren.

## **Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

Wenn Sie die Möglichkeit dazu haben (Sie können eine lokale Organisation, die sich mit fairem Handel oder Globalem Lernen beschäftigt, um Hilfe bitten), zeigen Sie den Jugendlichen eine Kakaobohne und lassen Sie sie kosten. Sie können auch die Bohne abwiegen und berechnen bzw. schätzen: Wie viele Bohnen braucht ein Bauer oder eine Bäuerin, um einen Sack füllen und verkaufen? Wie viele braucht er oder sie, um eine Tafel Schokolade herzustellen? Fragen Sie sie auch, wie viel Arbeit ihrer Meinung nach tatsächlich dahinter steckt.

Je nach Gruppe können Sie die Diskussion dahin führen, dass Stereotype von Arbeitern und Arbeiterinnen aus dem Globalen Süden als hilflose Opfer in Frage gestellt werden. Fragen, die helfen können, sind: Habt ihr schon einmal Schokolade, die in Afrika hergestellt wurde, gegessen? Was glaubt ihr sind die Gründe dafür, dass Afrikaner\_innen nur Kakao anbauen, jedoch keine Schokolade produzieren? Welche Probleme im Zusammenhang mit der Schokoladeproduktion gibt es?

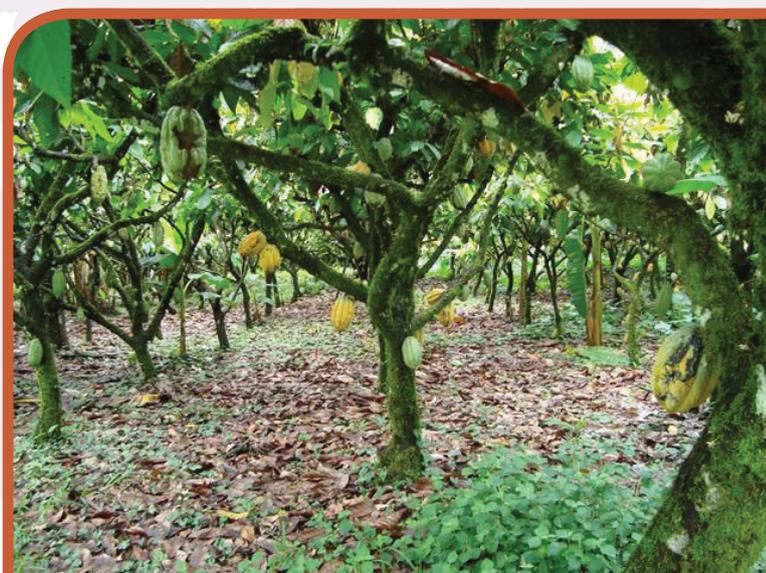
ARBEITSBLÄTTER FOTOS



**1. Anzucht von Setzlingen:  
Anbau und Pflege.**

Kakaobäume wachsen in warmen und feuchten Klimazonen rund um den Äquator in Ländern wie Ghana und Brasilien. Sie werden bis zu 5 Meter hoch, brauchen jedoch Schatten. Nach 3-5 Jahren kann ein Baum jährlich mehr als 200 Früchte tragen.

Foto: Infozentrum Schokolade



**2. Kakaobäume und  
Kakaofrüchte**

Foto: Utz Certified

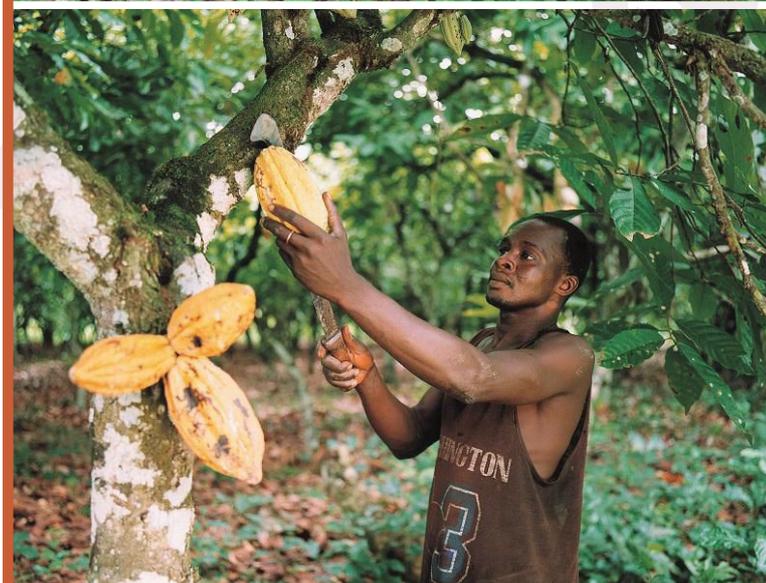


Foto: Infozentrum Schokolade





### 3. Kakaoernte. Aufschlagen der Früchte

Pro Jahr gibt es zwei Ernten: eine leichte Ernte im Juni / Juli und die Haupternte zwischen Oktober und Februar. Die Früchte werden mit einem Buschmesser aufgeschlagen. In einer Frucht befinden sich 20-40 Bohnen, die herausgeschabt werden. Die Früchte werden kompostiert oder für die Zubereitung von Suppen verwendet.

Foto: Infozentrum Schokolade



### 4. Fermentation der Bohnen

Kakao bekommt seinen typischen schokoladigen Geschmack und das Aroma bei der Fermentation auf Bananen- oder Kochbananenblättern, die fünf bis zehn Tage lang dauert.

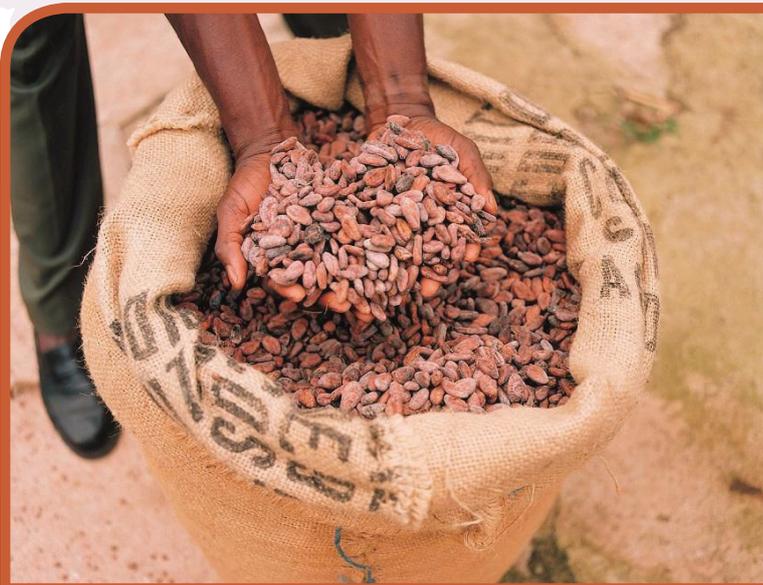
Foto: Gepa The Fair Trade Company /Anne Welsing



### 5. Trocknung der Bohnen

Danach werden die Bohnen ausgebreitet und für bis zu zehn Tage auf Tischen aus Bambus oder Schilf in der Sonne getrocknet. Sie werden regelmäßig gewendet, um zu vermeiden, dass Bohnen zusammenkleben und um schlechte Bohnen auszusortieren.

Foto: Utz Certified



### 6. Verpackung in Säcken

Die Bohnen werden in Säcke gepackt und gewogen. Jeder Sack wiegt 63 kg. Der Preis für einen Sack Kakaobohnen wird in Ghana von Cocobod, einer staatlichen Einrichtung, reguliert. Bauern und Bäuerinnen, die den Kakao entsprechend den FAIRTRADE-Vorgaben anbauen, können ihre Ernte zu einem höheren Preis verkaufen.

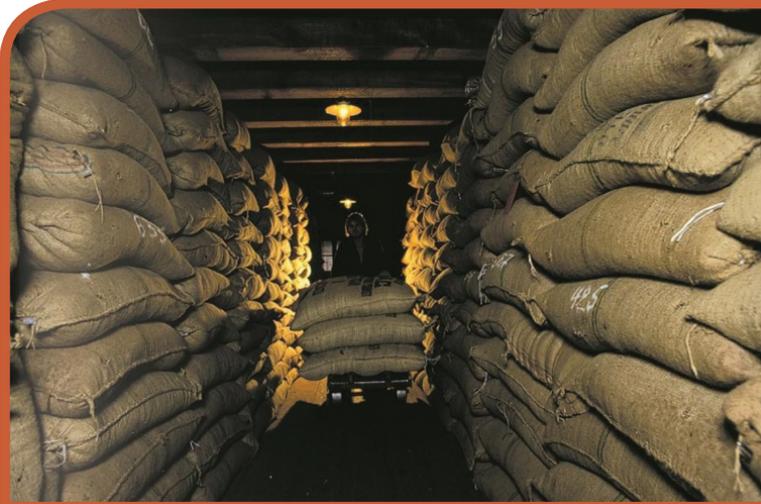
Foto: Infozentrum Schokolade



### 7. Transport zum Hafen

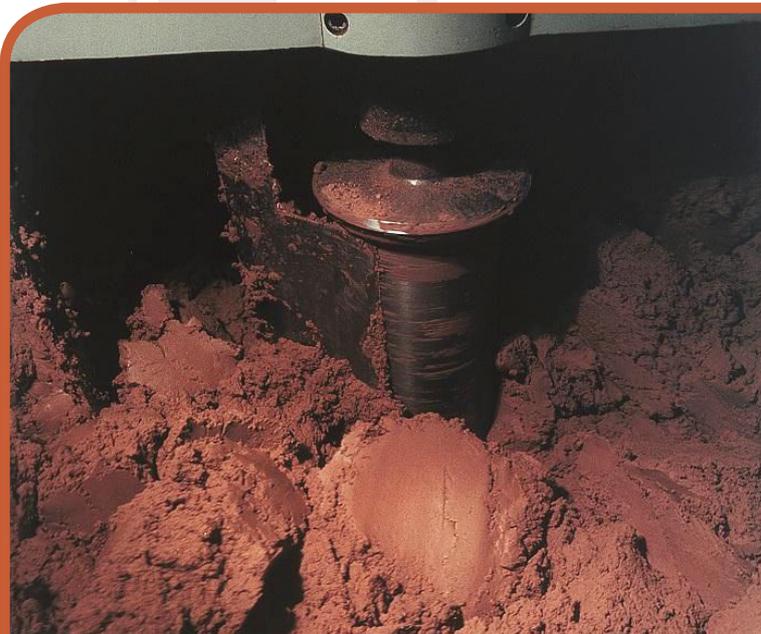
Die Säcke werden auf LKW geladen, um in Lagerhallen und schließlich zum Hafen gebracht zu werden, von wo aus sie mit dem Schiff nach Europa oder in die USA exportiert werden.

Foto: Utz Certified



## 8. Einlagern der Säcke in der Fabrik

Foto: Infozentrum Schokolade

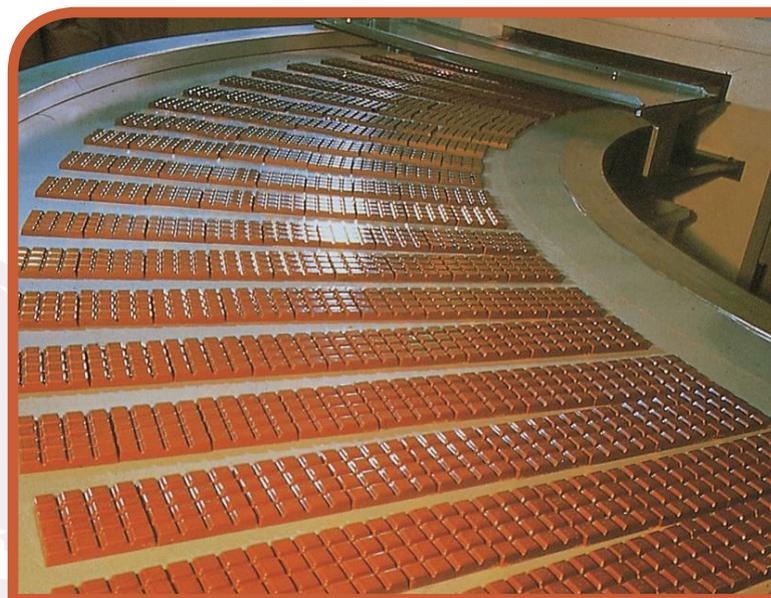


## 9. Mahlen zu Kakaomasse. Kakaopresskuchen wird zu Kakaopulver

Die Bohnen werden geröstet und gemahlen, bis die Kakaomasse entsteht. Dabei entstehen Kakaobutter, der Bestandteil der Schokolade, der sie im Mund zergehen lässt, und Kakaopulver, das dem Kakao seinen unwiderstehlichen Geschmack verleiht.



Fotos: Infozentrum Schokolade



### 10. Verarbeitung zu Schokolade

Das Kakaopulver und die Kakaobutter werden je nach Sorte mit Milch, Vanille oder Nüssen vermischt. Die flüssige Schokolade wird dann in Tafeln gegossen, eingewickelt und verpackt. Das fertige Produkt wird an den Handel geliefert.

Foto: Infozentrum Schokolade



### 11. Fertig für den Verzehr!

Foto: Südwind e.V.



**AKTIVITÄT 4: Filmvorführung — Schmutzige Schokolade****Überblick:**

Filme können uns in die Welt anderer Menschen entführen.

U. R. Romanos und M. Mistratis „The Dark Side of Chocolate — Schmutzige Schokolade“ thematisiert Kinderhandel und ausbeuterische Kinderarbeit auf Kakaoplantagen. Die Dokumentation ist ein guter Ausgangspunkt, um über den fairen Handel als eine mögliche Lösung für die gravierenden Missstände in der Kakaoproduktion zu sprechen.

**Ziele:**

- Bewusstsein über globale Einflüsse und deren Beziehung zu eigenen Erfahrungen (erlangen);
- Die Hintergründe der Kinderarbeit und des Kinderhandels in Ghana und der Elfenbeinküste kennenlernen;
- Bewusstsein zu schaffen, für die Unterschiede in den Lebensbedingungen, die jungen Menschen in Europa und in westafrikanischen Ländern geboten werden;
- Die Abhängigkeiten zwischen dem Globalen Süden und dem Globalen Norden in der Schokoladeproduktion verstehen;

- Eine Anregung für ein Engagement für faire Bedingungen für Kakaobauern und -bäuerinnen bekommen.

**Zeitbedarf:** 2 Stunden

**Gruppengröße:** 10 – 30 Personen

**Altersgruppe:** 12+

**Benötigte Materialien:**

- LCD Beamer, um den Film zu zeigen
- Film auf DVD

**Platzbedarf:**

Im Raum sollen genügend Sitzplätze zur Verfügung stehen und er soll für die Filmvorführung verdunkelt werden können.

**Vorbereitung:**

Laden Sie Gäste ein, die für eine Diskussion zur Verfügung stehen, z. B. lokale oder nationale NGOs, die fairen Handel fördern, Vertreter\_innen einer nationalen oder lokalen Konditorei oder Süßwarenproduktion, Meinungsführer\_innen, die sich für weltweite Gerechtigkeit einsetzen.

Bereiten Sie den Raum für die Filmvorführung vor.

**Anleitung:**

**1. Schritt:** Stellen Sie die Regisseure der Dokumentation vor und geben Sie eine kurze Einleitung zum Film.

**2. Schritt:** Zeigen Sie den Film.

**3. Schritt:** Beginnen Sie nach dem Film die Diskussion und fragen Sie die Teilnehmer\_innen, ob ihnen der Film gefallen hat. Motivieren Sie die Teilnehmer\_innen, zu erzählen, welche Gefühle sie hatten, während sie den Film gesehen haben.

**4. Schritt:** Bitten Sie die geladenen Gäste, Kommentare zum Film abzugeben und motivieren Sie die Teilnehmer\_innen, Fragen zu stellen. Sammeln Sie gemeinsam mögliche Lösungen, Gerechtigkeit zu fördern.

### Nachbereitung und Reflexion:

Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, im Kreis zu sitzen. Fragen Sie, ob ihnen die Filmvorführung gefallen hat und stellen Sie folgende Fragen:

- *Wie habt ihr euch gefühlt, während ihr den Film gesehen habt?*
- *Was ist euch in dem Film besonders aufgefallen? Was war für euch neu, überraschend, schockierend? Welche Fragen habt ihr jetzt?*
- *Was habt ihr gelernt? Ist euch etwas aufgefallen, das ihr schon vorher gewusst habt, worüber ihr jedoch nie nachgedacht habt?*
- *Was hat euch an den Lebens- und Arbeitsbedingungen der Kakaobauern und -bäuerinnen und der Kinderarbeit überrascht?*
- *Was könnte getan werden, um die Situation zu ändern oder zu beeinflussen? Glaubt ihr, der Film wird euch beeinflussen, wenn ihr das nächste Mal einkaufen geht? Wie sieht es mit eurer Familie und euren Freunden und Freundinnen aus?*

### Folgeaktivitäten:

Filme können große emotionale Auswirkungen haben. Unterstützen Sie die Teilnehmer\_innen daher dabei, mehr über die Kakaoproduktion, den Welthandel und Möglichkeiten, selbst aktiv zu werden, zu erfahren. Die Jugendlichen können sich mit Kampagnen beschäftigen und sich an der Make Chocolate Fair! Kampagne ([www.makechocolatefair.org](http://www.makechocolatefair.org)) oder anderen Kampagnen, die Kakaobauern und -bäuerinnen unterstützen, beteiligen. Um mehr über Möglichkeiten, selbst aktiv zu werden, zu erfahren, kontaktieren Sie eine lokale Organisation, die zum Thema Globales Lernen arbeitet (z.B. Südwind → [www.suedwind-agentur.at](http://www.suedwind-agentur.at)).

### Tipps für die Umsetzung & Varianten:

Erkundigen Sie sich bezüglich Dokumentationen zum Thema, die Sie zeigen können, wie zum Beispiel den Film Pealtnägija (14/03/2012) aus Estland.



## AKTIVITÄT 5: FAIRTRADE Schokolade

### Überblick:

Ziel dieses Rollenspieles ist es, Themen rund um die Erzeugung und den Handel von Kakao sowie das Konzept des Fairen Handels zu verstehen.

Jede Gruppe versucht, mit den Materialien, die sie bekommt, so viel Geld wie möglich zu machen. Sie können Geld verdienen, indem sie Kakaobohnen an Zwischenhändler\_innen verkaufen. Zwei der Gruppen sind FAIRTRADE-Produzenten und Produzentinnen und profitieren dadurch von fixen Preisen und einer FAIRTRADE-Prämie für lokale gemeinnützige Projekte. Während des Spiels ändern sich die Preise für Kakao am Weltmarkt. Am Ende müssen die Bauern und Bäuerinnen gemeinsam entscheiden, wie die erwirtschafteten Erträge eingesetzt werden.

FAIRTRADE = Fairer Handel (als Bewegung im allgemeinen Sinne) ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt basiert und mehr Gleichberechtigung im internationalen Handel zum Ziel hat. Fairer Handel trägt zu einer nachhaltigen Entwicklung bei, indem bessere Handelskonditionen angeboten und die Rechte von marginalisierten Produzenten und Produzentinnen und Arbeiter\_innen — insbesondere im Globalen Süden — gewährleistet werden.

FAIRTRADE = Fairtrade Labeling Organization International (FLO) Zertifizierungssystem

### Ziele:

- Sich kritisch mit den entwicklungsbezogenen Themen rund um die globale Produktion und den Welthandel von Kakao auseinandersetzen;
- Das Konzept und System des fairen Handels verstehen;
- Die Herausforderungen, vor denen Kakaobauern und -bäuerinnen stehen, verstehen.

**Zeitbedarf:** 45 – 60 Minuten

**Gruppengröße:** 15 – 30 Personen

**Altersgruppe:** 12–17

### Benötigte Materialien:

- 80 kleine Sticker mit FAIRTRADE-Label (oder andere Sticker)
- 5 Kakaobohnen-Vorlagen
- Rollenkartens für die Gruppen
- 5 Scheren
- 4 A4-Kuverts
- 40 Blatt A4-Papier
- Stifte
- Tabelle zum Eintragen der Einnahmen
- Uhr, um die Zeit zu stoppen

### Vorbereitung:

Schneiden Sie die fünf Kakaobohnen-Vorlagen für die Gruppen aus, vorzugsweise aus festem Papier. Bereiten Sie die Kuverts so vor, dass sich in jedem Kuvert eine Schere, ein Stift, 8 Blatt A4-Papier, eine Kakaobohnen-Vorlage und eine Rollenkarte befinden.

Zwei Gruppen (Dorf „Madina“ und Dorf „Dome“) bekommen in ihren Kuverts außerdem je 40 kleine Sticker.

### Anleitung:

**1. Schritt:** Teilen Sie die Teilnehmer\_innen in fünf Gruppen und bitten Sie sie, jeweils in der Gruppe rund um einen Tisch zu sitzen.

**2. Schritt:** Geben Sie jeder Gruppe ein Kuvert.

**3. Schritt:** Erklären Sie den Teilnehmer\_innen, dass sie jeweils Kakaobauern und -bäuerinnen aus unterschiedlichen Gemeinden sind. Ihr Ziel ist es, Kakao zu erzeugen und diesen zu verkaufen. Dies tun sie, indem sie mithilfe der Vorlage so genau wie möglich Kakaobohnen aus dem Papier, das sie bekommen haben, ausschneiden und Ihnen diese geben. Eine ausgeschnittene Bohne steht für 100 kg Kakaobohnen. Sie spielen die Rolle eines Zwischenhändlers / einer Zwischenhändlerin, der / die

die Kakaobohnen kauft. Je nach Qualität des Produktes tragen Sie die Erträge der Gruppe in die Tabelle ein. Die Gruppen haben genau 20 Minuten Zeit, um so viele Kakaobohnen wie möglich herzustellen. Sie erfahren am Ende des Spieles ihre Punktezahl. Die beste Gruppe ist die, die am meisten Geld verdient hat, das für das Dorf und das persönliche Wohlbefinden genutzt werden kann. Die Gruppen dürfen während des Spieles miteinander sprechen und kooperieren.

**Anmerkung:** Zwei der fünf Gruppen haben FAIRTRADE-Sticker, die sie auf ihre Kakaobohnen kleben können. Das bedeutet, dass diese Gruppen für ihren Kakao einen fixen Preis und zusätzliches Geld, das als FAIRTRADE-Prämie bezeichnet wird, bekommen. Dieses Geld wandert in einen Gemeinschaftsfonds, um im Dorf soziale, wirtschaftliche und Umweltbedingungen zu verbessern. Die Informationen zum FAIRTRADE-System bekommen nur diese beiden Gruppen auf ihren Rollenkarten. Sie als Zwischenhändler / Zwischenhändlerin tragen die FAIRTRADE-Prämien, die diese Gruppen bekommen, in die dafür vorgesehene Spalte ein.

**4. Schritt:** Geben Sie den Gruppen ein Startzeichen, damit alle gleichzeitig mit ihrer Produktion beginnen, und messen Sie die Zeit. Wenn die Teilnehmer\_innen zu Ihnen kommen, um die Bohnen abzugeben, vergleichen Sie die ausgeschnittenen Bohnen mit Ihrer Vorlage. Wurde eine Kakaobohne exakt ausgeschnitten, bezahlen Sie der Gruppe den vollen Preis, z. B. 180 \$ pro Bohne. Wurde eine Bohne ungenau ausgeschnitten, gibt es wegen der schlechten Qualität des Produktes eine niedrigere Bezahlung. Klebt ein FAIRTRADE-Sticker auf einer Bohne, ist der Preis dafür 210 \$ pro Bohne sowie zusätzliche 21 \$ als Prämie (wenn die Bohne genau ausgeschnitten wurde). Tragen Sie die Geldsummen, die die Gruppen verdienen, in die Tabelle ein.

**5. Schritt:** Nach 10-15 Minuten (oder nachdem jede Gruppe ca. 6-7 Kakaobohnen verkauft hat) verkündet der Zwischenhändler / die Zwischenhändlerin (= Sie), dass sich die Weltkakaopreise geändert haben und 100 kg Kakaobohnen (= eine ausgeschnittene Bohne) von nun an nur 150 \$ kosten. Der Preis für FAIRTRADE-Kakaobohnen bleibt bei 210 \$ plus 21 \$ Prämie.

**6. Schritt:** Die Gruppen produzieren und verkaufen weiter Kakaobohnen, bis die 20 Minuten vorüber sind. Künden Sie 5 Minuten vor Ende an, dass nur mehr wenige Minuten verbleiben.

**7. Schritt:** Verkünden Sie, wie viel Geld die Gruppen verdient haben. Lassen Sie die Teilnehmer\_innen auch wissen, wie hoch die Prämien, die die beiden FAIRTRADE Gruppen bekommen haben, sind. Erklären Sie den Gruppen, dass sie ihre Einnahmen nun entweder zu ihren individuellen Gunsten oder zugunsten der Gemeinschaft verwenden können. Die Prämien müssen in gemeinnützige Projekte investiert werden. Die Gruppen haben 5 Minuten Zeit, um darüber zu diskutieren, was sie mit dem Geld tun wollen.

**8. Schritt:** Nachdem die 5 Minuten vorbei sind, bitten Sie jede Gruppe zu erklären, wie sie das Geld investieren wollen.

### **Nachbereitung und Reflexion:**

Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, im Kreis zu sitzen. Fragen Sie, ob ihnen die Übung gefallen hat und:

- *Wie war die Aktivität? Was ist passiert?*
- *Wie habt ihr euch gefühlt? Gab es etwas, das ihr als unfair empfunden habt?*
- *Worum ging es bei der Aktivität?*
- *Was habt ihr über fairen Handel gelernt?*
- *Was habt ihr noch gelernt oder entdeckt? Was wollt ihr noch wissen?*

## **Folgeaktivitäten:**

Diese Aktivität eignet sich als Folgeaktivität auf die Aktivität „Was weißt du über Schokolade? Ein Wertschöpfungskettenspiel“, da dabei die emotionale Seite des Lernens angesprochen wird. Außerdem wird verdeutlicht, wer an der Produktions- und Wertschöpfungskette von Schokolade beteiligt ist.

Auf die Aktivität können projektartige Aktivitäten folgen. Unterstützen Sie die Jugendlichen dabei und weisen Sie sie dabei an, mehr über die Abhängigkeiten im Welthandel zu erfahren, zum Beispiel, indem sie Rechercharbeit zum Fairen Handel durchführen. Sie können den Teilnehmern und Teilnehmerinnen auch dabei helfen, mit lokalen Organisationen, die zum Thema fairer Handel arbeiten, in Kontakt zu treten.

## **Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

Steigern Sie den Wettbewerbscharakter des Spieles, indem Sie streng beurteilen, ob die Kakaobohnen genau genug ausgeschnitten wurden. Sagen Sie den Gruppen, dass sie keine Bohnen, die nicht EXAKT der Vorlage entsprechen, akzeptieren können. Weisen Sie alle Gruppen auf die noch verbleibende Zeit hin, damit sie sich beeilen. Informieren Sie die Gruppen auch regelmäßig über die sich ändernden Weltpreise.

Sie können die Gruppen dazu motivieren, miteinander zu sprechen und zu kooperieren.

## ARBEITSBLÄTTER

### KAKAOBOHNEN-VORLAGE:



## ROLLENKARTEN FÜR DIE GRUPPEN

### Gruppe 1: Dorf „Madina“

Euer Dorf hat eine kleine Schule und einen Brunnen, es gibt aber keinen Sportplatz. Eure Kinder würden gerne Fußball, Volleyball und andere Sportarten spielen. Außerdem haben die Menschen im Dorf nur sehr wenig Geld, um Schulbücher für ihre Kinder zu kaufen. Der Bau eines Sportplatzes würde etwa 2000 \$ kosten, Schulbücher 100-500 \$. Jeder Bauer / jede Bäuerin braucht mindestens 200 \$, um für seine / ihre Familie aufzukommen. Außerdem müssten sie 100 \$ in ihre Landwirtschaft investieren, um im nächsten Jahr eine bessere Kakaoernte zu haben.

Ihr seid eine FAIRTRADE-Kooperative. Eure Gruppe kann die beiliegenden Sticker auf die von euch produzierten Kakaobohnen kleben. Für diese Kakaobohnen bekommt ihr einen fixen Preis und zusätzlich Prämien für gemeinnützige Projekte in eurer Gemeinde.

### Gruppe 2: Dorf „Dome“

Euer Dorf hat eine Schule mit einem Sportplatz, aber euer Brunnen ist zu weit vom Dorf entfernt und ihr würdet gerne einen neuen Brunnen graben. Ein neuer Brunnen kostet etwa 2000 \$. Ihr hättet außerdem gerne Sportgeräte/ Sportausrüstung für eure Kinder, was 100-500 \$ kosten würde. Jeder Bauer / jede Bäuerin braucht mindestens 200 \$, um für seine / ihre Familie aufzukommen. Außerdem müssten sie 100 \$ in ihre Landwirtschaft investieren, um im nächsten Jahr eine bessere Kakaoernte zu haben.

Ihr seid eine FAIRTRADE-Kooperative. Eure Gruppe kann die beiliegenden Sticker auf die von euch produzierten Kakaobohnen kleben. Für diese Kakaobohnen bekommt ihr einen stabilen Preis und zusätzlich Prämien für gemeinnützige Projekte in eurer Gemeinde.

### Gruppe 3: Dorf „Taifa“

Euer Dorf hat eine Schule, einen Sportplatz und einen Brunnen, eure Kinder haben jedoch nicht genügend Schulbücher und die Schule ist in einem schlechten Zustand. Die Renovierung der Schule würde etwa 2000 \$ kosten. Schulbücher für die Kinder kosten 100-500 \$. Jeder Bauer / jede Bäuerin braucht mindestens 200 \$, um für seine / ihre Familie aufzukommen. Außerdem müssten sie 100 \$ in ihre Landwirtschaft investieren, um im nächsten Jahr eine bessere Kakaoernte zu haben.

### Gruppe 4: Dorf „Lashibi“

Euer Dorf hat eine Schule, einen Brunnen und ein Sportfeld, aber euer Marktplatz ist in einem schlechten Zustand. Die Renovierung des Marktplatzes kostet etwa 2000 \$. Das Krankenhaus des Ortes würde außerdem mehr Medikamente brauchen, was 100-500 \$ kosten würde. Jeder Bauer / jede Bäuerin braucht mindestens 200 \$, um für seine / ihre Familie aufzukommen. Außerdem müssten sie 100 \$ in ihre Landwirtschaft investieren, um im nächsten Jahr eine bessere Kakaoernte zu haben.

### Gruppe 5: Dorf „Bekwai“

Euer Dorf hat eine Schule, ihr würdet aber gerne ein zusätzliches Klassenzimmer für die Kinder bauen. Euren Kindern fehlen außerdem eine grundlegende Gesundheitsversorgung und Medikamente. Der Bau eines neuen Klassenzimmers würde etwa 2000 \$ kosten. Medikamente für die Kinder kosten 100-500 \$. Jeder Bauer / jede Bäuerin braucht mindestens 200 \$, um für seine / ihre Familie aufzukommen. Außerdem müssten sie 100 \$ in ihre Landwirtschaft investieren, um im nächsten Jahr eine bessere Kakaoernte zu haben.



## TEIL 3: WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

**Make Chocolate Fair!** (MCF!) ist eine internationale Kampagne, die Jugendliche aus Europa mobilisiert, sich aktiv für mehr Gerechtigkeit in der globalen Kakaoindustrie einzusetzen.

<http://at.makechocolatefair.org/>

**International Cocoa Organization (ICCO)** is a global organization, composed of both cocoa producing and cocoa consuming member countries.

[www.icco.org](http://www.icco.org)

**World Cocoa Foundation** is a global foundation that promotes a sustainable cocoa economy through economic and social development.

[www.worldcocoafoundation.org](http://www.worldcocoafoundation.org)

### **Mehr zum Thema Kinderarbeit**

**International Labor Organization** – International Programme on the Elimination of Child Labor (IPEC)

[www.ilo.org/ipec/lang--en/index.htm](http://www.ilo.org/ipec/lang--en/index.htm)

**International Labor Rights Forum** – ILRF is committed to combating the scourge of forced child labor in the cocoa industry through public education, corporate campaigns, and engagement with partners in West Africa to uncover issues and find solutions.

[www.laborrights.org/stop-child-labor/cocoa-campaign](http://www.laborrights.org/stop-child-labor/cocoa-campaign)

### **Mehr zu den Zertifizierungsorganisationen**

**Fairtrade International** – Fairtrade is an alternative approach to conventional trade and is based on a partnership between producers and consumers. Fairtrade offers producers a better deal and improved terms of trade.

[www.fairtrade.at/](http://www.fairtrade.at/)

**Rainforest Alliance** – The Rainforest Alliance is an international nonprofit organization that works to conserve biodiversity and ensure sustainable livelihoods.

[www.rainforest-alliance.org](http://www.rainforest-alliance.org)

**UTZ Certified** – UTZ Certified stands for sustainable farming and better opportunities for farmers, their families and our planet.

[www.utzcertified.org](http://www.utzcertified.org)

**Global Exchange** – Global Exchange is an international human rights organization dedicated to promoting social, economic and environmental justice around the world

[www.globalexchange.org/fairtrade/cocoa/resources](http://www.globalexchange.org/fairtrade/cocoa/resources)

### Videos

**BBC: Chocolate The Bitter Truth.** Reporter Paul Kenyon poses as a cocoa dealer to uncover the extent of child labour in the chocolate trade.

<http://www.bbc.co.uk/programmes/b00rqm4n>

**Miki Mistrati: The Dark Side of Chocolate.** The Dark Side of Chocolate is a 2010 documentary film about the exploitation and slavetrading of African children to harvest chocolate.

<http://www.thedarksideofchocolate.org>

**Miki Mistrati: The Shady Chocolate.** The Shady Chocolate is a documentary film where Miki Mistrati tries to find out if the chocolate industry speaks the truth, when they say that they provide education, medical care etc for the children of the Ivory Coast.

<http://www.shady-chocolate.com>

### Quellen der Statistiken in der Einleitung:

International Cocoa Organization (2012): *Quarterly bulletin of Cocoa Statistics, Volume XXXVIII No. 1, Cocoa Year 2011/12, table 41*

Tropical Commodity Coalition (2010): *Cocoa Barometer 2010, p.3*; Hütz-Adams, F/ Fountain, A.C. (2012): *Cocoa Barometer 2012, p.3*

Gilbert, Christopher (2008): *Value chain analysis and market power in commodity processing with application to the cocoa and coffee sectors. In: Commodity market review, 2007-2008, pp.8*



Kapitel 4 ..

**Textilien**



INHALT

HINTERGRUNDINFORMATIONEN - TEXTILIEN

80

**TEIL 1: THEMEN RUND UM TEXTILIEN KENNENLERNEN**

84

AKTIVITÄT 1: MEIN STIL – MEINE VERANTWORTUNG

84

AKTIVITÄT 2: MODEBAROMETER

86

**TEIL 2: THEMEN RUND UM TEXTILIEN VERTIEFEN**

88

AKTIVITÄT 3: KENNE DEINE SACHEN

88

AKTIVITÄT 4: GLOBAL TEXTILES

95

AKTIVITÄT 5: AKKORDARBEIT

98

**TEIL 3: WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN**

100

## HINTERGRUNDINFORMATIONEN — TEXTILIEN

Kleidung gehört zu den wichtigsten Produkten unseres täglichen Lebens. Wir sind permanent damit konfrontiert. Beim Einkaufen von Kleidung achten einige von uns darauf, dass sie bequem und praktisch ist, für andere ist der Look ausschlaggebend. Kleidung hat eine wichtige gesellschaftliche Funktion: Ständig unterwerfen wir uns Modetrends und auch heute gilt leider noch immer das Sprichwort „Kleider machen Leute“. Wissen wir jedoch, woher unsere Kleidung kommt? Unter welchen Umständen sie produziert wird? Wer wie viel daran verdient?

Der internationale Textil- und Bekleidungshandel hat eine jahrhundertlange Geschichte. Die Bekleidungsindustrie ist heute höchst globalisiert, mit komplexen Zulieferketten, die Länder, Arbeiter\_innen sowie Konsumenten und Konsumentinnen auf der ganzen Welt miteinander verbinden. Weltweit werden etwa 1 Billion \$ für Kleidung ausgegeben, wobei etwa je ein Drittel der Verkäufe in der EU und in Nordamerika und ein Viertel in Asien zu verzeichnen ist. Der Bekleidungsmarkt wird von immer weniger großen Konzernen dominiert. Diese Unternehmen agieren vor allem im Verkauf — der lukrativen Seite der Branche —, während die Produktion weltweit ausgelagert wird.

### Baumwollproduktion

Die Baumwollpflanze gehört zur Familie der Malvengewächse und stammt aus den feuchten und warmen tropischen Gebieten in Asien, Afrika und Lateinamerika. Sie wurde bereits vor 7000 Jahren angebaut, auch etwa von den Maya in Mexiko oder den Inka in Peru. Heute wird Baumwolle weltweit in mehr als 80 Ländern auf allen sechs Kontinenten kultiviert. Damit Baumwolle gedeiht, sind frostfreies warmes Wetter, viel Sonne und eine ausreichende Wasserversorgung notwendig. Die bedeutendsten Baumwollproduzenten sind China (32 %), Indien (23 %) und die USA (12 %).

Die Verarbeitung der Baumwollfasern in Stoffe und Kleidung wurde unabhängig voneinander in mehreren Teilen der Welt entwickelt. Dank ihrer großen Saugfähigkeit und Langlebigkeit ist Baumwolle die wichtigste Naturfaser in der Textil- und Bekleidungsindustrie. Die jährliche Baumwollernte von etwa 25 Millionen Tonnen entspricht einem Drittel der weltweiten Produktion von Textilfasern und etwa 60 Milliarden T-Shirts.

Während Baumwolle ursprünglich aus feuchtwarmen Tropengebieten stammt, wird sie heute vor allem in trockenen Gegenden angebaut, da Regen der Baumwollernte äußerst schadet. Viel Wasser wird aber dennoch benötigt: Um Baumwolle für ein einziges T-Shirt anzubauen, braucht man bis zu 2000 Liter Wasser — das entspricht 10 Badewannen. 60 % der weltweiten Anbauflächen werden künstlich bewässert. Das ist rund die Hälfte aller bewässerten Flächen der Welt. Somit ist die Baumwollproduktion für ungefähr sechs Prozent des weltweiten Süßwasserverbrauchs verantwortlich. Krankheiten und Schädlinge wie Mottenschildläuse, Blattläuse und Raupen werden vom warmen Klima und dem bewässerten, feuchten Boden begünstigt. Zu deren Bekämpfung kommen große Mengen Pestizide zum Einsatz: Baumwolle wird jede Saison 20 bis 25 Mal mit verschiedensten Agrargiften besprüht. Baumwolle wird zwar nur auf 2,5 % der weltweit verfügbaren kultivierbaren Landflächen angebaut, 16 % aller Insektizide werden jedoch auf Baumwollfeldern versprüht. In Indien, dem zweitgrößten Baumwollproduzenten der Welt, werden mehr als die Hälfte aller Pestizide für den Baumwollanbau verwendet, obwohl Baumwolle dort nur 5 % der landwirtschaftlichen Flächen einnimmt. Es gibt kein anderes landwirtschaftliches Produkt, für das so viele Pflanzengifte verwendet werden.

Der massive Einsatz der Chemikalien auf den Baumwollfeldern tötet nicht nur Schädlinge, sondern auch viele nützliche und für einen gesunden Boden wichtige Bodenorganismen. Außerdem verschmutzen die Giftstoffe Flüsse, Seen und das Grundwasser. Pflanzengiftstoffe sind in den Baumwollanbaugebieten im Trinkwasser, in der Nahrung und im Tierfutter zu finden.

99 % der Baumwollbauern und -bäuerinnen weltweit leben im Globalen Süden und bebauen we-

niger als zwei Hektar Land. Sie haben oft nicht das nötige Wissen und die erforderliche Ausrüstung, um sich selbst und ihre Familien vor den gefährlichen Pestiziden zu schützen. Drei der zehn für den Baumwollanbau eingesetzten Pflanzengifte werden von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) als hoch bis extrem gefährlich eingestuft, acht davon als mäßig gefährlich.

### **Die Textilindustrie — eine globale Industrie**

Die Textilindustrie ist eine globale Industrie. Die Verlagerung der Produktion hat dazu geführt, dass Kleidung häufig am anderen Ende der Welt, in einer anderen Sprache und einer anderen Kultur hergestellt wird, als das Endprodukt verkauft wird. Die Textilbranche ist einer der größten Arbeitgeber weltweit: Alleine in Asien sind mehr als 15 Millionen Menschen in diesem Sektor beschäftigt. Die Geschäfte laufen in einem komplexen Netzwerk bestehend aus Händlern und Händlerinnen, Unterauftragnehmern und Auftragnehmerinnen (sog. subcontractors) sowie Lieferanten und Lieferantinnen ab. Die Branche ist so zersplittert, dass nicht einmal die Unternehmen, die die Produktion in Auftrag geben, immer genau wissen, wo und unter welchen Bedingungen ihre Produkte hergestellt werden.

Die Mehrheit der Beschäftigten in der Textilindustrie sind Frauen. Oft sind es junge Mädchen aus ländlichen Gebieten, die den Weg in die Stadt auf sich nehmen, um für ihre Familien und möglicherweise Kinder, die von ihnen abhängen, Geld zu verdienen.

Die Tatsache, dass Frauen — und insbesondere junge Frauen — beliebte Arbeiterinnen sind, ist damit zu begründen, dass sie am schutzlosesten und am einfachsten auszubeuten sind. Sie sind in der Gesellschaft stigmatisiert und wurden um die Schulbildung gebracht, die ihre männlichen Kollegen erhalten haben. Sie haben Angst über ihre Probleme am Arbeitsplatz und auch außerhalb des Arbeitsplatzes zu sprechen. Selbst wenn sie theoretisch das Recht auf Mutterschaftsurlaub haben, wird dies in der Praxis kaum umgesetzt. Lange Arbeitsstunden führen dazu, dass sie bis spät, wenn der Heimweg gefährlich ist, arbeiten.

Die meisten Arbeiter\_innen wissen nicht über ihre Rechte Bescheid. Es wird ihnen verboten, Gewerkschaften zu gründen und das Klima der Angst, das in den Fabriken vorherrscht, hält viele davon ab, es zu wagen. „Wer versucht, eine Gewerkschaft zu gründen, wird entlassen. Wir haben aus Angst, unsere Arbeit zu verlieren, nie versucht, eine Gewerkschaft zu organisieren. Die Arbeiter haben Angst, ihren Job zu verlieren, wenn der Arbeitgeber erfährt, dass sie sich für gewerkschaftliche Aktivitäten engagieren“, sagt Abdul, Arbeiter in einer Fabrik in Bangladesch, die Bekleidung für europäische Händler\_innen herstellt.

Schlechte Löhne sind ein weiteres großes Problem für alle Arbeiter\_innen in der Bekleidungsindustrie weltweit. Die Mindestlöhne werden von den Regierungen äußerst niedrig festgelegt, um ausländische Investor\_innen anzulocken. In vielen Ländern, die Bekleidung exportieren, reicht der Mindestlohn nicht aus, um ein Leben in Würde führen zu können. Was die Arbeitnehmer\_innen brauchen, ist ein existenzsichernder Lohn. Ein Existenzlohn bedeutet, dass ein Arbeiter oder eine Arbeiterin in einer normalen Arbeitswoche einen Lohn verdient, mit dem die eigenen Grundbedürfnisse und die der Familie gedeckt werden können. Dazu zählen Wohn-, Gesundheits- und Bildungskosten sowie kleine Ersparnisse für unerwartete Ereignisse. Das Fehlen eines existenzsichernden Lohnes zwingt viele Arbeiter\_innen zu langen Arbeitszeiten, um Überstundengeld oder Prämien zu verdienen. Außerdem können sie es sich nicht leisten, die Arbeit aufgrund von gefährlichen Arbeitsbedingungen zu verweigern oder sich aus gesundheitlichen Gründen freizunehmen. „Wir zwingen uns selbst, Überstunden zu machen, denn der Lohn reicht einfach nicht aus, um davon zu leben. Besonders, da meine Eltern auch von meinem Gehalt abhängig sind“, sagt Horn Vy, eine 25-jährige Näherin aus Kambodscha.

Niedrige Löhne bedeuten auch, dass die Arbeitnehmer\_innen Kredite aufnehmen müssen, nur um über die Runden zu kommen. Sie können auf keinerlei Ersparnisse zurückgreifen, wenn sie wegen Krankheit oder unerwarteten Fabriksschließungen nicht arbeiten können, oder wenn eine Katastrophe passiert, wie etwa ein Brand oder der Einsturz eines Gebäudes wie der des Rana Plaza.



Am 24. April 2013 stürzte in Dhaka, Bangladesch, das Rana Plaza Gebäude, in dem fünf Textilfirmen untergebracht waren, ein und forderte 1.135 Todesopfer. Am Vortag waren Risse in den Wänden festgestellt worden, dennoch wurden tausende Textilarbeiter\_innen gezwungen, die Arbeit in den oberen Stockwerken der Fabrik, aufzunehmen.

Große Sicherheitsmängel sind in vielen Textilfabriken weit verbreitet. Millionen Beschäftigte haben keine andere Wahl, als ihr Leben für das Streben nach einem würdevollen Dasein aufs Spiel zu setzen. Zu den Problemen zählen illegale Bauweisen, überfüllte Fabriken, gefährliche Elektrosysteme und Geräte sowie das Fehlen von Brandschutzeinrichtungen, Notausgängen und Schulungen. Forderungen danach stießen sowohl bei der Regierung als auch in der Branche auf taube Ohren.

Seit 1990 wurden in Bangladesch bei mindestens 300 Sicherheitsvorfällen mindestens 2.200 Textilarbeiter\_innen getötet und tausende mehr verletzt.

In den letzten Jahren haben Modedesigner\_innen Blue Jeans in „gebrauchter Optik“ (used look) zum Trend gemacht. Um diese Nachfrage zu decken, wurde die Technik des Sandstrahlens als billige und einfache Methode, einen getragenen Effekt zu erzielen, entwickelt. Sandstrahlen ist ein Verfahren, bei dem grober Sand mit hohem Druck auf den Jeansstoff gefeuert wird. Dies geschieht entweder in einer Sandstrahlkabine oder einfach mit einem Schlauch mit Luftpistole. Eine sachgemäße Belüftung, Sicherheitsausrüstung und Schulungen gibt es dabei zumeist nicht, und so sind die Arbeiter\_innen bei diesem Verfahren einem erheblichen Risiko von Silikose, einer tödlichen Lungenkrankheit, die durch das Einatmen von quarzartigem Staub hervorgerufen wird, ausgesetzt. Ein junger chinesischer Arbeiter berichtet: „Unsere Abteilung ist voller Jeans und schwarzem Staub. Es ist in der Produktionshalle heiß und man kann nur schwer atmen. Ich habe das Gefühl, in einer Kohlemine zu arbeiten.“

Schon vor fast einem Jahrzehnt warnten Ärzte und Ärztinnen in der Türkei vor den Gefahren der Silikose in der Textilindustrie. Als Reaktion auf die steigenden Zahlen von Todesfällen und Erkrankungen junger Arbeiter\_innen in der Jeansproduktion im Land führte die Regierung 2009 ein Verbot des Sandstrahlens ein. Im Folgejahr wurde der Einsatz von mehr als 40 großen Jeansmarken verboten. In der Praxis wird das Sandstrahlen dennoch weiterhin eingesetzt und durch andere gefährliche Bearbeitungstechniken wie „hand-sanding“ oder chemische Sprays ergänzt.

### **Hinweis:**

Die Clean Clothes Kampagne beschäftigt sich ab 2015 nun auch mit dem Thema „Schuhe“ (siehe <http://www.cleanclothes.at/de/schuhe/>)

### Info-Box — Baumwolle

- Hauptbaumwollproduzenten: China (32 %), Indien (23 %) und USA (12 %)
- Jährliche Baumwollernte: 25 Millionen Tonnen; 1/3 der weltweiten Produktion von Textilfasern (= 60 Milliarden T-Shirts)
- 1 T-Shirt braucht ~ 2.000 Liter Wasser (= 10 Badewannen)
- Baumwolle wird pro Saison 20 bis 25 Mal mit Pflanzengiften besprüht (16 % aller Insektizide werden auf Baumwollfeldern ausgesprüht!)
- 99 % der Baumwollbauern und -bäuerinnen weltweit leben im globalen Süden und haben keine Ausrüstung, um sich vor den gefährlichen Pestiziden zu schützen.

### Info-Box — Textilindustrie

- Eine globale Industrie — Händler und Händlerinnen, Unterauftragnehmer und auftragnehmerinnen sowie Lieferanten und Lieferantinnen (Unternehmen wissen oft selbst nicht genau, wo und unter welchen Bedingungen ihre Produkte hergestellt werden)
- Ein wichtiger Arbeitgeber (z. B. Asien ~ 15 Millionen Menschen in Textilbranche beschäftigt) — die meisten Beschäftigten sind junge Frauen
- Sehr schlechte Arbeitsbedingungen: kein Mutterschaftsurlaub; lange Arbeitszeiten; kein Bewusstsein für Arbeitnehmer\_innenrechte; keine Gewerkschaften; Angst, den Job zu verlieren, als Druckmittel; sehr schlechte Löhne (Mindestlöhne sind zu niedrig → keine existenzsichernden Löhne!); fehlende Sicherheit (jährlich sterben viele Arbeiter\_innen); überfüllte Fabriken; gefährliche Elektrosysteme und Geräte; fehlender Brandschutz
- Jeans im „used look“ → Sandstrahlen, „hand-sanding“ und chemische Sprays setzen Arbeiter\_innen dem erheblichen Risiko von Silikose aus (= tödliche Lungenerkrankung)



## TEIL 1: THEMEN RUND UM TEXTILIEN KENNENLERNEN

### Aktivität 1: Mein Stil, meine Verantwortung

#### Überblick:

Die Teilnehmer\_innen bewegen sich im Raum und stellen einander Fragen. Dabei lernen sie sich kennen und erkennen globale Zusammenhänge in ihrem alltäglichen Leben (Schwerpunkt Bekleidung).

#### Ziele:

- Einander kennenlernen;
- Persönliche Barrieren abbauen;
- Sich globaler Einflüsse und deren Beziehung zu eigenen Erfahrungen bewusst werden.

**Zeitbedarf:** 15 – 20 Minuten

**Gruppengröße:** 10 – 30 Personen

**Altersgruppe:** 12+

#### Benötigte Materialien:

- Bingo-Bögen
- Stifte

#### Vorbereitung:

Die Teilnehmer\_innen sollten genügend Platz haben, um im Raum herumzugehen.

Lesen Sie sich die Aussagen auf den Bingo-Bögen durch und überprüfen Sie, ob diese für Ihre konkrete Gruppe geeignet sind. Ändern Sie die Aussagen ab, die nicht relevant sind.

#### Anleitung:

**1. Schritt:** Teilen Sie den Teilnehmer\_innen die Bingo-Bögen und Stifte aus und fordern Sie sie auf, so viele Unterschriften wie möglich von Personen aus der Gruppe zu sammeln.

**2. Schritt:** Die Teilnehmer\_innen gehen im Raum herum und stellen den anderen Teilnehmer\_innen die Fragen auf den Bingo-Bögen. Beantwortet die befragte Person die Frage mit „ja“, unterschreibt sie im Feld der entsprechenden Aussage.

**3. Schritt:** Die Person, die mindestens zehn von zwölf Namen gesammelt hat, ruft „BINGO“.

#### Nachbereitung und Reflexion:

Wenn alle oder die meisten Teilnehmer\_innen „BINGO“ gerufen haben, bitten Sie die Gruppe, einen Sitzkreis zu bilden. Fragen Sie, ob ihnen die Übung gefallen hat und:

- *War es schwierig, die Aufgabe zu lösen? War es einfach?*
- *Habt ihr etwas Neues gelernt und wenn ja, was?*
- *Habt ihr interessante Informationen über die anderen in der Gruppe erfahren? Was war die häufigste Aussage? Was war die seltenste?*
- *Hat es euch überrascht, wie viele Dinge rund um euch herum etwas mit Globalisierung zu tun haben?*

#### Folgeaktivitäten:

Die Übung ist ein guter Einstieg, auf den jede der in diesem Kapitel vorgestellten Aktivitäten folgen kann.

#### Tipps für die Umsetzung & Varianten:

- *Der Gewinner / die Gewinnerin kann mit einem kleinen Preis belohnt werden.*
- *Besteht die Gruppe aus mehr als 20 Personen, kann verlangt werden, dass mindestens zehn unterschiedliche Namen gesammelt werden.*

ARBEITSBLÄTTER

<p>Weiß, auf welchem Kontinent Bangladesch liegt...</p>	<p>Hat einen Freund / eine Freundin von einem anderen Kontinent als Europa...</p>	<p>Weiß, was „Fairer Handel“ bedeutet...</p>	<p>Hat ein Facebook / Twitter / Skype Konto...</p>
<p>Weiß, woher sein / ihr T-Shirt kommt...</p>	<p>Spricht mehr als eine Sprache...</p>	<p>Weiß, was „Sumangali“ bedeutet...</p>	<p>Trägt Secondhand-Kleidung...</p>
<p>Kauft nur Kleidung von angesagten Marken...</p>	<p>Weiß, in welchen drei Ländern der Großteil unserer Kleidung produziert wird...</p>	<p>Weiß, wie viel (% oder €) ein Arbeiter / eine Arbeiterin für die Herstellung einer Jeans bekommt...</p>	<p>Weiß, was eine Gewerkschaft ist...</p>



**AKTIVITÄT 2: MODEBAROMETER****Überblick:**

Diese Aktivität eignet sich für verschiedene Phasen eines Projektes, bei dem sich Jugendliche mit kritischem Konsum und den Herausforderungen der globalen Bekleidungsbranche beschäftigen. Im Mittelpunkt stehen die unterschiedlichen Meinungen der Teilnehmer\_innen zu gezielten Aussagen. Ein gemeinsamer Denkprozess wird angeregt.

**Ziele:**

- Sich mit der eigenen Haltung und Meinung zum Thema Mode und Konsum beschäftigen;
- Verschiedene Meinungen und Haltungen innerhalb der Gruppe visualisieren;
- Wichtige Themen in der Diskussion rund um Mode und Konsum durch provokativ formulierte Aussagen aufzeigen.

**Zeitbedarf:** 30 – 45 Minuten (je nach Anzahl der Fragen)

**Gruppengröße:** 5 – 20 Personen

**Altersgruppe:** 17+ (die Aktivität kann je nach Fragen auch an jüngere Teilnehmer\_innen angepasst werden)

**Benötigte Materialien:**

- 1 Blatt Papier mit der Aufschrift „Stimme zu“
- 1 Blatt Papier mit der Aufschrift „Stimme nicht zu“

**Vorbereitung:**

Der Raum sollte groß genug sein, damit die Teilnehmer\_innen nebeneinander in einer Reihe stehen können.

Überlegen Sie sich Aussagen zum Thema Mode und der Bekleidungsindustrie, die polarisieren. Versuchen Sie dabei eine gute Mischung aus lokalen / globalen / persönlichen / gesellschaftlichen / lockeren / ernsten / politischen / wirtschaftlichen Dimensionen zu finden.

Bereiten Sie den Raum vor, damit Sie genügend Platz für die Durchführung der Aktivität haben. Es ist außerdem von Vorteil, wenn Sie dafür sorgen, dass Sie während der Aktivität nicht von anderen Personen gestört werden. Platzieren Sie die zwei Schilder in zwei Ecken des Raumes,

**Anleitung:**

Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, sich entsprechend ihrer eigenen Meinung zu den Aussagen, die von Ihnen vorgelesen werden, entlang des „Modebarometers“ (der unsichtbaren Linie zwischen „Stimme zu“ und „Stimme nicht zu“) aufzustellen.

**Vorschläge für Aussagen:**

- Meine Kleidung hilft mir, meine Persönlichkeit auszudrücken.
- Textilarbeiter\_innen in Bangladesch sollten froh sein, überhaupt einen Job zu haben.
- Für unsere Generation ist Mode viel wichtiger als für die Generationen vor uns.
- Die einzige Möglichkeit, die Rechte der Arbeitnehmer\_innen zu fördern, ist der Aufruf zum Boykott der Kleidung, die in Asien produziert wird.
- Ich bin ein „Fashion Victim“.
- Gewerkschaften haben einen schlechten Einfluss auf Arbeitnehmer\_innen und bereiten nur Probleme.
- FAIRTRADE-Kleidung ist zu teuer für junge Leute.

Fragen Sie nach jeder Frage einige der Teilnehmer\_innen, der Gruppe mitzuteilen, an welchem Punkt zwischen „Stimme zu“ und „Stimme nicht zu“ sie genau stehen. Wichtig: Fragen Sie sie nur,

urteilen Sie nicht über ihre Antwort! Versuchen Sie zu vermeiden, dass die Teilnehmer\_innen zu diskutieren beginnen. Bei dieser Aktivität geht es darum, die unterschiedlichen Haltungen zu visualisieren, nicht darum, darüber zu diskutieren.

### **Nachbereitung und Reflexion:**

Bitten Sie die Teilnehmer\_innen nach der Aktivität, sich zu setzen und Feedback zur Methode des Modebarometers zu geben. Sie können folgende Fragen stellen:

- *Wie hat euch diese Aktivität gefallen?*
- *War es einfach zu entscheiden, wohin ihr euch stellt?*
- *War es schwierig, sich die Aussagen der anderen Gruppenmitglieder nur anzuhören, ohne spontan darauf zu reagieren?*
- *Ist euch etwas aufgefallen, das ihr schon vorher gewusst habt, worüber ihr jedoch nie nachgedacht habt?*

### **Folgeaktivitäten:**

Die Aktivität kann mit Fragen zum selben oder zu einem anderen Thema wiederholt werden. Sie kann auch am Ende eines Projektes, das sich im Detail mit dem Thema beschäftigt, durchgeführt werden.

### **Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

- *Es ist zu empfehlen, sehr explizite, polarisierende Aussagen auszuwählen, um ein breiteres Antwortspektrum zu erhalten.*
- *Versuchen Sie, nicht über die Antworten zu urteilen. Die Antworten der Gruppe spiegeln die Vielfalt der Positionen wider.*
- *Sie können den Teilnehmern und Teilnehmerinnen die Möglichkeit geben, ihre Position zu verändern, während andere Personen ihre Meinung äußern.*



## TEIL 2: THEMEN RUND UM TEXTILIEN VERTIEFEN

## AKTIVITÄT 3: Kenne deine Sachen

**Überblick:**

Ausgehend von einer niedrigschwelligen Übung werden sich die Teilnehmer\_innen über die Komplexität und die globalen Zusammenhänge von Produkten aus unserem Alltagsleben bewusst.

**Ziele:**

- Den globalisierten Produktionsprozess von Kleidung kennenlernen;
- Erfahren, wie ungleich Profit und Macht verteilt sind;
- Sich globaler Einflüsse und deren Beziehung zu eigenen Erfahrungen bewusst werden.

**Zeitbedarf:** 45 Minuten

**Gruppengröße:** 5 – 15 Personen (die Aktivität wird umso komplizierter, je größer die Gruppe ist)

**Altersgruppe:** 17+ (je nach Gruppe möglicherweise auch jünger)

**Benötigte Materialien:**

- Karten mit Produktionsschritten
- Karten mit Stakeholdern
- Arbeitsblätter „Spinnennetz“ (2 pro Teilnehmer\_in), „Preisauflüsselung“ und „Stakeholder“
- T-Shirt oder Jeans
- Stück Baumwolle oder Watte
- Weltkarte (Peters-Projektion)
- Flipchart, (evtl.) Pinnwand
- Bleistifte, Scheren, Reißnägel

**Vorbereitung:**

Bereiten Sie alle Arbeitsblätter und Materialien, die Sie brauchen, vor. Der Ablauf der Aktivitäten kann auf ein Flipchart geschrieben werden, um den Lernprozess von Anfang an zu veranschaulichen.

**Anleitung:****Teil 1: Mein Lieblings-T-Shirt**

**1. Schritt:** Fragen Sie die Teilnehmer\_innen nach ihrem Lieblingskleidungsstück und nach welchen Kriterien sie ihre Kleidung auswählen (z. B. Marke, Modemagazine, Preis, Bedingungen in der Produktion, Kleidung der Freunde und Freundinnen). Notieren Sie die Antworten auf dem Flipchart. Fragen Sie die Teilnehmer\_innen anschließend, ob sie wissen, wo ihr Lieblingskleidungsstück produziert wurde.

**2. Schritt:** Lassen Sie die Teilnehmer\_innen im Etikett nachsehen, wo die Kleidung gemacht wurde (made in xxx) und lassen Sie sie danach die Orte auf der Weltkarte (Peter'sche Karte\*) suchen und markieren (z.b.: mit Klebepunkten)

**Teil 2: Wo wachsen all die T-Shirts?**

**1. Schritt:** Zeigen Sie der Gruppe ein T-Shirt und ein Stück Baumwolle (oder Watte) und fragen Sie sie, ob sie sich vorstellen können, wie aus dieser Faser ein T Shirt entsteht.

**2. Schritt:** Verwenden Sie die Karten mit den Produktionsschritten. Die Teilnehmer\_innen haben die Aufgabe, diese in die richtige Reihenfolge zu bringen. Suchen Sie die Länder, in denen die einzelnen Produktionsschritte stattfinden, auf der Weltkarte, die in Teil 1 benutzt wurde. Sie können Wolle oder einen Faden verwenden, um den Weg vom natürlichen Rohstoff zum Ort, an dem die Kleidung gekauft wird, zu veranschaulichen. Erwähnen Sie einige der Probleme der Produktion: Umweltprobleme durch Baumwollanbau, Verletzungen der Rechte der Arbeitnehmer\_innen in den Fabriken, Wettbewerb unter Konzernen. [siehe Einleitung]

\*Die Peters-Projektion ist eine Weltkarte, bei der die Länder im korrekten Größenverhältnis (flächentreu) dargestellt werden. Diese Projektion zerstört die Form, veranschaulicht jedoch die tatsächliche Größe eines Landes/Kontinents.

**3. Schritt:** Als nächstes werden die wesentlichen Schritte der Produktion den wichtigsten Stakeholdern zugeordnet. Verwenden Sie dazu die Karten „Stakeholder“ aus den Arbeitsblättern. Einige der Schritte sind stark auf einzelne Stakeholder begrenzt, andere betreffen mehr als eine Interessensgruppe. Stecken Sie die Karten auf eine Pinnwand oder verteilen Sie sie am Boden. Besprechen Sie, welche Wünsche und Ziele die unterschiedlichen Stakeholder haben könnten. Welche Wünsche und Ziele sind vereinbar? Welche konkurrieren?

**4. Schritt:** Die Teilnehmer\_innen raten, welcher Anteil am Verkaufspreis welchen Interessensgruppen zukommt (Arbeitsblatt „Preisauflösung“). Besprechen Sie danach folgende Fragen: Habt ihr das erwartet? Ist das eine faire Aufteilung? Was könnten die Gründe dafür sein?

### Teil 3: Deine Entscheidung? Du bist vernetzt...

**1. Schritt:** Geben Sie jedem Teilnehmer / jeder Teilnehmerin zwei Kopien des Arbeitsblattes „Spinnennetz“. Diese Übung wird in Einzelarbeit durchgeführt.

Bei dieser Aufgabe steht der eigene Name in der Mitte des Netzes. Je näher ein Wort bei der Mitte steht, desto mehr Einfluss hat es auf das persönliche Konsumverhalten. Je nach Gruppe können folgende Aspekte eingezeichnet werden: Teil 1/Schritt 1 → Faktoren der eigenen Kaufentscheidung; oder aus Teil 2/Schritt 2 → Stakeholder.

**2. Schritt:** Das zweite Spinnennetz kommt zum Einsatz, um zu veranschaulichen, welchen Einfluss die Teilnehmer\_innen selbst auf die verschiedenen Stakeholder bzw. Bezugspersonen haben. Die Personen, auf die der Einfluss größer ist, werden wiederum weiter in die Mitte geschrieben, die, auf die der Einfluss geringer ist, weiter an den Rand.

**3. Schritt:** Die Spinnennetze werden in Kleingruppen besprochen. Was ist anders, was ist ähnlich? Was fällt auf, wenn wir die beiden Versionen der Spinnennetze vergleichen?

### Nachbereitung und Reflexion:

Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, im Kreis zu sitzen. Fragen Sie, ob ihnen die Übung gefallen hat und:

- *Habt ihr etwas Neues gelernt und wenn ja, was? Was hat euch am meisten überrascht?*
- *Wusstet ihr, dass für eure Kleidung so viele Menschen und so viele Transportwege notwendig sind?*
- *Wenn ihr an die Warenkette denkt: Glaubt ihr, die Warenkette ist ähnlich wie die von Nahrungsmitteln, Elektroartikeln oder von anderen Produkten?*
- *Glaubt ihr, es ist auch möglich, hier bei uns Kleidung zu produzieren? Was wäre anders und was müsste man ändern?*
- *Kennt ihr in Österreich produzierte Kleidung?*

### Folgeaktivitäten:

Diese Aktivität eignet sich als Einführung. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse sind eine gute Vorbereitung für darauffolgende Aktivitäten aus diesem Kapitel. Besonders Teil 3 der Aktivität kann direkt zu konkreten Ideen oder Handlungen bzw. Handlungsalternativen führen.

### Tipps für die Umsetzung & Varianten:

- *Sie müssen diese Aktivität relativ stark lenken. Das Ergebnis hängt sehr von den Gesprächen in der Gruppe ab. Seien Sie gut auf Fragen zum Thema vorbereitet.*
- *Aktionsidee: Hilferuf in die Etiketten hineinschreiben.*



## ARBEITSBLÄTTER

### PRODUKTIONSSCHRITTE:



Verpackung + Transport (immer zwischen den Produktionsphasen!)
Anbau der Baumwolle
Spinnen
Weben
Nähen
Design, Marketing
Verkauf
Verwendung
Entsorgung

**PRODUKTIONSLÄNDER:**

Verpackung + Transport	immer zwischen den Produktionsphasen — per Containerschiff, LKW, Flugzeug
Anbau der Baumwolle (Plantagen / Kleinbauern und -bäuerinnen)	USA (Plantagen) oder Indien (Kleinbauern und -bäuerinnen)
Spinnen	Türkei
Weben	Taiwan
Nähen	Bangladesch
Design, Marketing	Schweden
Verkauf	Österreich
Verwendung	(eigenes Land bzw. Reiseland)
Entsorgung („Secondhand“)	Ghana



## STAKEHOLDER:

Anbau der Baumwolle:  
**Bauern und Bäuerinnen**

Spinnen, Weben, Nähen:  
**Arbeiter\_innen**

Spinnen, Weben, Nähen:  
**Fabriksbesitzer\_innen**

Design, Marketing:  
**Markenunternehmen**

Verkauf:  
**Läden und Kaufhäuser**

Verwendung:  
**Kunden und Kundinnen**

PREISAUFSCHLÜSSELUNG:

	% des Verkaufspreises	Anteil an einem T-Shirt in €
Anbau der Baumwolle*: <b>Bauern und Bäuerinnen</b>	12 %	3,40 €
Spinnen, Weben, Nähen: <b>Arbeiter_innen</b>	0,6 %	0,18 €
Spinnen, Weben, Nähen: <b>Fabriksbesitzer_innen</b>	4 %	1,15 €
Design, Marketing: <b>Markenunternehmen</b>	12 %	3,61 €
Verkauf: <b>Läden und Kaufhäuser</b>	59 %	17,00 € (inkl. Löhne)
(Zwischenhändler_innen, Transport, Zoll) <b>Rest</b>	12,4 %	3,66 €
<b>GESAMT</b>	100 %	29,00 €

Quelle:

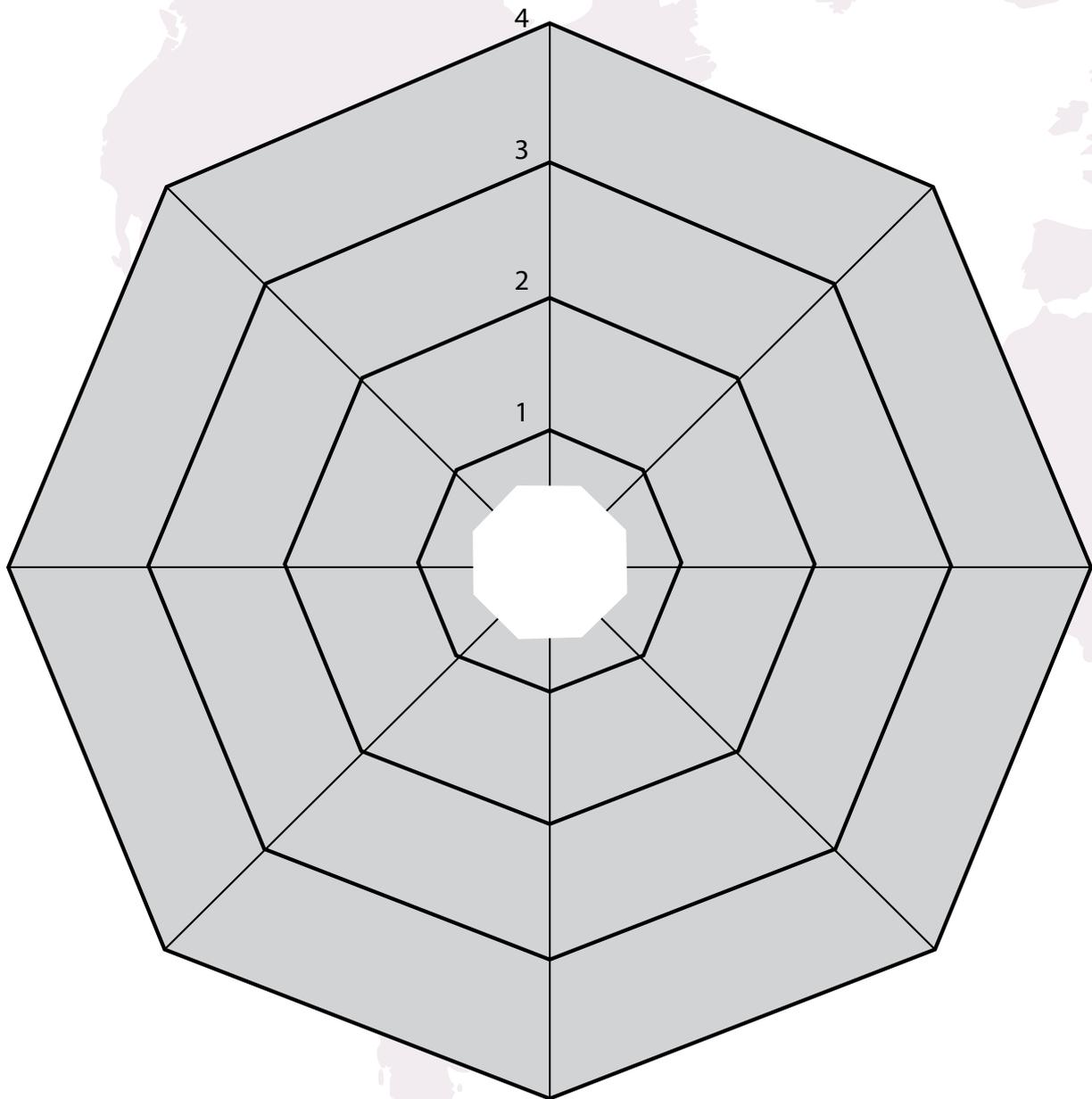
[http://cleanclothes.at/media/common/uploads/download/factsheet-zum-existenzlohn/Fact\\_Sheet\\_Existenzlohn.pdf](http://cleanclothes.at/media/common/uploads/download/factsheet-zum-existenzlohn/Fact_Sheet_Existenzlohn.pdf) und

<http://www.fairwear.org/ul/cms/fck-uploaded/documents/policydocs/ClimbingtheLadderReport.pdf>

\*inklusive aller Zwischenschritte



## SPINNENNETZ:



## AKTIVITÄT 4: Global Textiles

### Überblick:

Bei dieser Aktivität erlangen Jugendliche bei Spaß und Wettbewerb Wissen über die Zusammenhänge zwischen unserem Konsumverhalten in Europa und der internationalen Bekleidungsbranche.

### Ziele:

- Wissen über verschiedene Aspekte der internationalen Bekleidungsindustrie und deren Herausforderungen erlangen;
- Wichtige Themen in der Diskussion rund um Mode und Konsum aufzeigen;
- Kernthemen des Globalen Lernens auf spielerische Weise behandeln.

**Zeitbedarf:** 60 Minuten (Abhängig von der Anzahl der Fragen)

**Gruppengröße:** 6 – 20 Personen

**Altersgruppe:** 12 – 17 (die Aktivität kann je nach Fragen auch an jüngere Teilnehmer\_innen angepasst werden)

### Benötigte Materialien:

- Beamer, Laptop, PowerPoint mit Fragen
- Flipchart und Plakatstifte für den Punktestand
- 4 Antwortkarten (A, B, C, D) pro Gruppe
- Preis für die Gewinner\_innen

### Vorbereitung:

Bitten Sie jemanden der Teilnehmer\_innen, Schiedsrichter\_in zu sein und die Punkte mitzuschreiben. Bereiten Sie den Raum vor, damit Sie genügend Platz für die Durchführung der Aktivität haben. Arrangieren Sie die Stühle so, dass die Mitglieder der Kleingruppen zusammensitzen können (anhängig von der Gruppengröße). Bereiten Sie den Laptop und den Beamer sowie die Fragen mit jeweils vier Antwortmöglichkeiten vor.



### Anleitung:

**1. Schritt:** Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, Kleingruppen mit 3, 4, 5 etc. Personen (je nach Anzahl der Teilnehmer\_innen) zu bilden und einen Namen für die Gruppe zu finden, der zum Thema Mode passt (z. B. „die Nikes“, „kein Konsum“, „Fairer Handel“, „H&M“, „Blue Jeans“ etc.)

**2. Schritt:** Geben Sie jeder Gruppe vier Antwortkarten und erklären Sie ihnen, dass sie nach jeder Frage die Karte für die richtige Antwort (A, B, C, D) hochhalten müssen.

**3. Schritt:** Beginnen Sie das Quiz, indem Sie über den Laptop die Präsentation zeigen. Sie finden untenstehend Beispiele und Links für mögliche Fragen. Der/die Schiedsrichter\_in notiert die Punkte, die die Kleingruppen für jede Frage bekommen.

**5. Schritt:** Zählen Sie am Ende die Punkte zusammen und geben Sie die Gewinnergruppe bekannt.

Vorschläge für Quizfragen:

Fragen	Antworten
Aus welchem Material bestehen Jeans hauptsächlich?	<b>A Baumwolle</b> B Wolle C Kunstfaser D Leinen
In welchen Ländern wird der Großteil eurer Kleidung hergestellt?	A Deutschland, Österreich und Schweiz B Italien, Frankreich und Portugal C USA, Kanada und Australien <b>D Bangladesch, China und Kambodscha</b>
Wie nennt man die Vereinigungen, die für die Rechte von Arbeitern und Arbeiterinnen in Europa und in anderen Ländern kämpfen?	A NGOs <b>B Gewerkschaften</b> C Cliques D Netze
Wie viel Geld nimmt H&M jährlich ein (= Umsatz / Verkäufe*)?	A Ca. 250 Milliarden Euro <b>B Ca. 17,5 Milliarden Euro</b> C Ca. 150.000 Euro D Ca. 1,3 Milliarden Euro
Wie heißt die Bewegung in Europa, bei der Menschen versuchen, verschiedene Materialien und Produkte selbst wiederzuverwenden?	A Everything-alone Bewegung (EA) B Yes-we-can Bewegung (YWC) C Why-the-fuck-not Bewegung (WTFN) <b>D Do-it-yourself Bewegung (DIY)</b>
Welche Gruppen junger Menschen in Europa kritisieren häufig Modelabels und den konventionellen Konsum?	A Hippies und Skater B Punks und Hipster <b>C Hippies und Punks</b> D Emos und Hipster
Wie viele kg alte Kleidung werden in Deutschland und Österreich pro Person jedes Jahr geworfen?*	A 30 kg pro Person und Jahr B 4 kg pro Person und Jahr C 45 kg pro Person und Jahr <b>D 15 kg pro Person und Jahr</b>
Welchen neuen Trend, alte Kleider wiederzuverwenden, gibt es unter jungen Menschen?	<b>A Kleidertauschpartys organisieren</b> B Kleidung online kaufen C Kleidung in den Müll werfen D Alte Kleidung den jüngeren Geschwistern geben
Wie viel Wasser braucht man, um ein einziges T-Shirt herzustellen?	A 5 Liter B 100 Liter C 500 Liter <b>D 2000 Liter</b>

\*Quelle: <http://www.handelsdaten.de/themen/326/hennes-und-mauritz/>; 2013 → Umsatz ~ 17,5 Milliarden Euro!

\*Quelle: [www.wearfair.at](http://www.wearfair.at)



### Nachbereitung und Reflexion:

Bitten Sie die Teilnehmer\_innen nach der Aktivität, sich zu setzen und Feedback zur Methode zu geben. Sie können folgende Fragen stellen:

- *Wie hat euch das Quiz gefallen?*
- *Habt ihr etwas Neues gelernt?*
- *Gab es etwas, das euch überrascht hat?*

### Folgeaktivitäten:

Die Aktivität kann mit Fragen zum selben oder zu einem anderen Thema wiederholt werden. Sie kann auch am Ende eines Projektes durchgeführt werden, um zu sehen, welche Fakten sich die Teilnehmer\_innen gemerkt haben.

Vielleicht können Sie die gewonnenen Erkenntnisse für andere Aktivitäten, Projekte etc. bei der Arbeit in Ihrem Jugendzentrum oder mit Ihren Jugendgruppen nutzen.

### Tipps für die Umsetzung & Varianten:

- *Es wird empfohlen, dass Sie die Rolle des Quizmasters / der Quizmasterin übernehmen, um die Teilnehmer\_innen zu motivieren.*
- *Versuchen Sie, für die Gewinnergruppe Preise zu finden, die nachhaltig sind und / oder zum Thema Textilien passen (z. B. ein Gutschein aus der Südwind Buchwelt, für einen Weltladen-Einkauf in der Nähe, für eine FAIRTRADE-Schokolade, einen Film zum Thema, ein Gutschein für einen Workshop, bei dem man selbst T-Shirts bedrucken kann etc.)*
- *Versuchen Sie Fragen zu stellen, die nicht zu moralisierend sind, und eine gute Mischung aus lokalen / globalen, persönlichen / gesellschaftlichen, lockeren / ernsten, politischen / wirtschaftlichen Dimensionen zu finden.*
- *Sie können auch den Teilnehmer\_innen die Aufgabe geben, Fragen für das Quiz vorzubereiten.*

**AKTIVITÄT 5: AKKORDARBEIT****Überblick:**

Diese Simulationsübung gibt Jugendlichen die Möglichkeit, Akkordarbeit und den Druck, dem Arbeiter\_innen in der Textilbranche ausgesetzt sind, selbst zu erleben und zu spüren.

**Ziele:**

- Akkordarbeit in Form eines Spieles selbst erleben;
- Unfaire Arbeitsbedingungen selbst entdecken und erleben.

**Zeitbedarf:** 30 Minuten

**Gruppengröße:** 5 – 20 Personen

**Altersgruppe:** 12+

**Benötigte Materialien:**

- Papier
- Scheren
- Bleistift
- Radiergummi
- Lineal

**Vorbereitung:**

Der Raum sollte groß genug sein, um Tische und Stühle in einer Reihe anordnen zu können. Sie können evtl. Nummern austeilern, sodass die Rollen in der Akkordarbeit zufällig bestimmt werden. Wenn die Rollen feststehen, setzen sich die Teilnehmer\_innen in der entsprechenden Reihenfolge an die Tische.

**Anleitung:**

**1. Schritt:** Erklären Sie das Konzept der Akkordarbeit und die einzelnen Aufgaben (Ausschneiden, Zusammennähen, Knöpfe annähen etc.). Erklären Sie, was bei dieser Aktivität geschieht und was die Regeln sind. Bestimmen Sie ein bis drei Aufpasser\_innen.

**2. Schritt:** Jeder Teilnehmer / jede Teilnehmerin bekommt eine bestimmte Aufgabe und Nummer in der Akkordarbeit. Die Arbeitsrichtung sollte klar sein.

**3. Schritt:** Klatschen Sie als Zeichen dafür, dass die Arbeit beginnt, in die Hände. Schaffen Sie gemeinsam mit den Aufpassern und Aufpasserinnen eine Atmosphäre voller Stress und Druck.

**4. Schritt:** Sie entscheiden, wann die Aktivität zu Ende ist. Sie sollte nicht zu lange dauern, jedoch mindestens 5-10 Minuten.

**Nachbereitung und Reflexion:**

Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, im Kreis zu sitzen. Die Nachbereitung kann auf folgenden Fragen basieren:

- *Was ist eure Meinung zu dieser Aktivität? Wie war es?*
- *War es schwierig, die Aufgabe zu lösen? War es einfach?*
- *Wie war der Ablauf? Wie war der Zeitdruck?*
- *Was können wir aus dieser Aktivität lernen?*

**Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

- *Sollten Sie mit einer großen Gruppe arbeiten, können Sie die Gruppe teilen und einen Wettbewerb veranstalten, bei dem die beiden Gruppen gegeneinander antreten.*
- *Sie können den Teilnehmern und Teilnehmerinnen auch eine andere Aufgabe geben, die besser in Ihr Programm passt.*

## 1. Supervisor

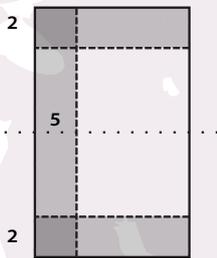


Du überwachst, dass die T-Shirts mit höchster Qualität gefertigt werden. Du bist verantwortlich, dass die gesamte Ausrüstung zur Verfügung steht.



Stapel A4-Papier  
Stifte  
Lineale  
Scheren

## 2. Näher\_in



Falte ein Blatt Papier der Breite nach in der Hälfte.

Markiere oben und unten 2cm und auf der linken Seite 5 cm.

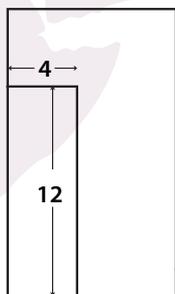
## 3. Näher\_in



Schneide den gezeichneten Rahmen ab.

gefaltete Seite

## 4. Näher\_in



Zeichne ein Rechteck mit 4 x 12 cm auf das ausgeschnittene Rechteck

gefaltete Seite

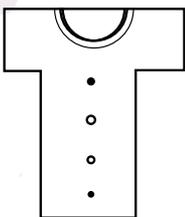
## 5. Näher\_in



Schneide das Rechteck aus.

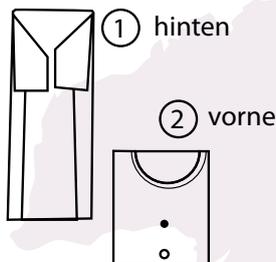
gefaltete Seite

## 6. Näher\_in



Falte das Blatt auseinander. Zeichne oben einen Halbkreis als Kragen und in der Mitte 4 vertikale Punkte als Knöpfe.

## 7. Verpacker\_in



Falte auf beiden Seiten einen Streifen um und falte das Papier dann in der mitte.

## TEIL 3: WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

### **Baumwolle**

<http://www.baumwoll-seite.de/index.html>

Basisinfo zur Baumwolle und zu Baumwollprodukten

[http://umweltinstitut.org/fragen--antworten/bekleidung/konventionelle\\_bekleidung-678.html](http://umweltinstitut.org/fragen--antworten/bekleidung/konventionelle_bekleidung-678.html)

Kritische Hintergrundinformation über die Baumwollernte und ihre ökologischen Konsequenzen

### **Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie**

<http://www.cleanclothes.at/>

Website der Clean Clothes Kampagne, die seit Jahren zu den Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie berichtet

### **Verantwortungsvoller Konsum (Schwerpunkt Textilien)**

<http://www.bewusstkaufen.at/>

Auf dieser Website geht es um Gütesiegel, die verantwortungsbewusstes Kaufen erleichtern können

<http://www.lebensart.at/>

Österreichisches Portal für nachhaltige Lebensweise

<http://www.umweltberatung.at/>

Österreichisches Portal für nachhaltige Lebensweise mit dem Fokus auf Umweltthemen

<http://www.die-sicherheitsnadel.at/>

Ein Guide für nachhaltige Kleidung und Essen

<http://www.buyresponsibly.org/>

Infos darüber, was hinter den Gütern des täglichen Bedarfes steht

### **Lehrmaterialien**

<http://mode.cleanclothes.at/>

Unterrichtsmaterialien zum download

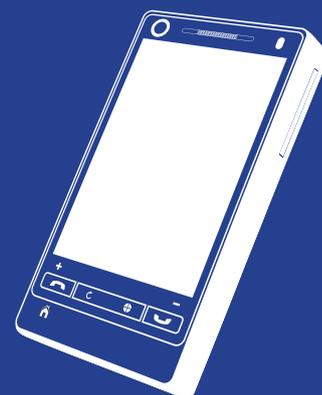
[http://www.lwl.org/wim-download/PDF/Baumwollkoffer\\_Inhaltsbeschreibung.pdf](http://www.lwl.org/wim-download/PDF/Baumwollkoffer_Inhaltsbeschreibung.pdf)

Unterrichtsbbox zum Thema Baumwolle und Textilien

[www.globaleducationweek.at](http://www.globaleducationweek.at)

Homepage mit jährlich wechselnden Schwerpunktthemen (2013: Sustainable Lifestyle! 2014: Ernährungssouveränität; 2015: Make Equality Real)

## Kapitel 5 .. Handys



### INHALT

HINTERGRUNDINFORMATIONEN - HANDYS	102
<b>TEIL 1: TEIL 1: THEMEN RUND UM DAS HANDY KENNENLERNEN</b>	<b>104</b>
AKTIVITÄT 1: PRO UND KONTRA VON MOBILTELEFONEN	104
AKTIVITÄT 2: WAS IST TECHNOLOGY JUSTICE?	105
<b>TEIL 2: THEMEN RUND UM DAS HANDY VERTIEFEN</b>	<b>107</b>
AKTIVITÄT 3 (A): FAIRE ARBEITSBEDINGUNGEN	107
AKTIVITÄT 3 (B): UNFAIRE ARBEITSBEDINGUNGEN IN DER DR KONGO	112
AKTIVITÄT 4 (A): TECHNIK IM ALLTAG: NOTWENDIGKEIT ODER LUXUS	115
AKTIVITÄT 4 (B): HANDY GLOBAL	120
<b>TEIL 3: WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN</b>	<b>130</b>

## HINTERGRUNDINFORMATIONEN — HANDYS

Ein Leben ohne Mobiltelefone können wir uns heute kaum mehr vorstellen. Weltweit gibt es mehr Menschen, die ein Handy besitzen, als Menschen, die Zugang zu einer Toilette haben. Der Weltbank zufolge haben 91 % der Weltbevölkerung Verträge mit Mobilfunkanbietern, während nur 64 % Zugang zu adäquaten sanitären Einrichtungen haben.

Junge Menschen in Europa wachsen in einer Welt auf, in der die Mobilfunktechnologie integraler Bestandteil ihres Lebens ist und dieses Phänomen trifft auf junge Menschen auf der ganzen Welt zu. Die gemeinsame globale Verbindung hat positive und negative Auswirkungen. Jugendliche auf der ganzen Welt, deren Leben komplett unterschiedlich aussieht, werden miteinander verbunden.

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit den vielen globalen Zusammenhängen und Problemen, die unsere Mobiltelefone mit sich bringen.

### Die globale Lieferkette

Unsere Handys bestehen aus einer Vielzahl von Komponenten aus der ganzen Welt. Wir finden darin Gold aus Südafrika oder Russland, Kupfer aus Chile, Nickel, der vielleicht aus Kanada stammt, und Tantal oder Coltan aus der Demokratischen Republik Kongo (DR Kongo).

Coltan ist eine ausschlaggebende Komponente in Mobiltelefonen. 80 % davon stammt aus der DR Kongo, einem Land, das von Kriegen und Konflikten zermürbt ist, die durch den großen Reichtum des Kongos an Erzen angeheizt werden. Der Abbau von Coltan ist häufig eine gefährliche und schlecht bezahlte Arbeit, bei der Kinderarbeit weit verbreitet ist. Die Bergarbeiter\_innen der Demokratischen Republik Kongo sind das erste und ein wesentliches Glied in der globalen Lieferkette von Mobiltelefonen.

Welche Arbeitsbedingungen und Rechte der Arbeiter\_innen erwarten wir uns?

### Ökologische Nachhaltigkeit

Sobald ein neues Handymodell auf den Markt kommt, findet es zahlreiche Käufer\_innen, die ihr einwandfreies „altes“ Gerät einfach entsorgen. Millionen Mobiltelefone werden jedes Jahr weggeworfen und landen häufig auf Mülldeponien. Sie beinhalten gefährliche Chemikalien, die Umweltschäden anrichten, sobald sie abgebaut werden. Die giftigen Substanzen sickern in den Boden und gelangen ins Wassersystem. Die reichen Länder Europas schiffen alte Mobiltelefone zum „Recycling“ in ärmere Länder des Globalen Südens, in denen Gesetze zum Schutz der Arbeitnehmer\_innen und Umweltgesetzte weniger streng sind — sie exportieren das Problem.

Derzeit ist es schwierig, kaputte Mobiltelefone zu reparieren. Die Hersteller\_innen stellen schnell brandneue Geräte und neue Modelle als Ersatz bereit, anstatt Schäden an fehlerhaften Handys zu beheben.

Brauchen wir wirklich immer ein neues Gerät? Was kann ich mit meinem alten Gerät noch machen?

### Mobiltelefone in Afrika

Die Mobilfunktechnologie hat die Kommunikation in ganz Afrika transformiert und wirkt sich auf die unterschiedlichsten Lebensbereiche wie Bildung, Bankgeschäfte und Gesundheit aus. Sie hat es einfachen Bürgern und Bürgerinnen ermöglicht, sich zu organisieren und als Aktivistinnen und Aktivistinnen für ihre Rechte und Überzeugungen zu kämpfen. Kleinbauern und -bäuerinnen, die über so gut wie keine finanziellen und technischen Möglichkeiten verfügen, haben nun die Möglichkeit, den Wetterbericht abzurufen und die Preise für ihre Erzeugnisse zu verfolgen, und können so ihren Lebensunterhalt verbessern.

Wie hat die Technik unser eigenes Leben verändert und wie können wir feststellen, welche technischen Entwicklungen reiner Luxus, und welche tatsächlich notwendig sind?

### **Was können wir tun?**

Mobiltelefone werden für Menschen weltweit zu einem unerlässlichen technischen Gerät. Die Herausforderungen, vor denen wir stehen, sind die Produktion fairer Handys, im Zuge derer die Menschenrechte jeder einzelnen Person in der Lieferkette geachtet werden, und der Umgang mit den Umweltauswirkungen unseres Elektromülls.

Wie können wir die Macht, die wir als Konsumenten und Konsumentinnen haben, nutzen, um etwas zu bewirken?



**TEIL 1: THEMEN RUND UM DAS HANDY KENNENLERNEN****AKTIVITÄT 1: Pro und Kontra von Mobiltelefonen****Überblick:**

Ein kurzes Denkspiel, das die Teilnehmer\_innen anregt, darüber nachzudenken, wie und warum Mobiltelefone verwendet werden.

**Ziel:**

- Über die Vor- und Nachteile von Mobiltelefonen nachdenken.

**Zeitbedarf:** 10 Minuten**Altersgruppe:** 12+**Benötigte Materialien:**

- 2 Stück Flipchart-Papier
- Plakatstifte

**Anleitung:**

**1. Schritt:** Teilen Sie die Teilnehmer\_innen in zwei Gruppen.

**2. Schritt:** Geben Sie ihnen die Aufgabe, innerhalb von zwei Minuten so viele Vor- und Nachteile von Mobiltelefonen wie möglich aufzuschreiben.

**3. Schritt:** Nach Ablauf der Zeit lesen die Gruppen abwechselnd vor, was sie aufgeschrieben haben. Hat die andere Gruppe dasselbe Argument nicht aufgeschrieben, bekommt die Gruppe, die den Vor- oder Nachteil genannt hat, einen Punkt. Haben beide Gruppen dasselbe Argument, streichen sie es beide weg. Wechseln Sie zwischen den Vor- und Nachteilen ab. Schreiben Sie die Punkte mit und gratulieren Sie am Ende der Gewinnergruppe.

**Nachbereitung und Reflexion:**

Stellen Sie folgende Fragen:

- *War es einfacher, Vorteile oder Nachteile aufzuschreiben?*
- *Hat es mehr Vorteile oder mehr Nachteile, ein Handy zu besitzen?*
- *Gab es Argumente, die Gruppenmitglieder überrascht haben oder denen Gruppenmitglieder nicht zugestimmt haben?*
- *Meint ihr, die Ergebnisse wären dieselben, wenn wir diese Aktivität in einem anderen Land durchführen würden?*

Betonen Sie, dass Menschen Mobiltelefone abhängig von Alter, Ort und Bedürfnissen für unterschiedliche Zwecke einsetzen.

**Folgeaktivitäten:**

Aktivität 2 b) — „Handy Global“ — beschäftigt sich damit, wie die Mobilfunktechnologie das Leben von Menschen in Afrika verbessern kann.

## AKTIVITÄT 2: Was ist Technology Justice?

### Überblick:

Bei dieser Aktivität setzen sich die Teilnehmer\_innen mit der Frage auseinander, wie und warum Menschen technische Entwicklungen in ihrem täglichen Leben nutzen.

### Ziele:

- Mit dem Begriff „Technology Justice“ vertraut werden;
- Die Teilnehmer\_innen anregen, darüber nachzudenken, wie technische Entwicklungen die Menschen weltweit miteinander verbinden.

**Zeitbedarf:** 15 – 20 Minuten

**Altersgruppe:** 12+

### Benötigte Materialien:

- 3 Aussagen (siehe Arbeitsblätter), die auf je ein Blatt Papier geschrieben wurden
- Papier und Stifte

### Anleitung:\*

**1. Schritt:** Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, ihren Namen auf ein kleines Stück Papier zu schreiben.

**2. Schritt:** Bitten Sie die Gruppe, sich in einem Kreis aufzustellen und erklären Sie, dass eine Aussage in die Mitte des Kreises gelegt wird. Die Teilnehmer\_innen legen ihr Namenskärtchen nahe an die Aussage, wenn sie der Aussage zustimmen, und weiter weg, wenn sie anderer Meinung sind.

Aussagen:

- *Ich möchte das neueste Handy haben und denke nicht wirklich darüber nach, was mit dem alten Handy passiert.*
- *Menschen sollten Zugang zu der Technik haben, die sie brauchen, auch wenn sie sich das nicht leisten können.*
- *Ich habe noch nie über die Menschen und die Vorgänge bei der Herstellung von Handys nachgedacht.*

**3. Schritt:** Besprechen Sie jede Positionierung, sodass eine Diskussion entsteht. Geben Sie den Teilnehmern und Teilnehmerinnen die Möglichkeit, das Kärtchen während der Diskussion an einen anderen Platz zu legen .

### Nachbereitung und Reflexion:

Stellen Sie folgende Fragen:

- *Habt ihr etwas Neues gelernt?*
- *Glaut ihr, die Antworten wären dieselben, wenn wir in einem anderen Land wären?*
- *Woran denkt ihr, wenn ihr den Begriff „Technik“ hört?*
- *Was könnte unter dem Begriff Technology Justice gemeint sein?*

Weisen Sie darauf hin, dass Technik für Menschen abhängig von ihrer persönlichen Situation unterschiedliche Dinge bedeuten kann: Wohlstand, Arbeit, Lebensstil, Kultur, Zahlungsinstrument etc.

Die meisten Definitionen von Technik betonen die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse zur Lösung eines praktischen Problems. Lassen Sie die Gruppe Ideen darüber austauschen, welche technischen Entwicklungen sie in ihrem täglichen Leben verwenden, wie zum Beispiel Mobiltelefone, Fernsehen, Föhn, Waschmaschine, Strom.

\*Adaptierte Aktivität basierend auf Practical Action <http://practicalaction.org/>



**ARBEITSBLÄTTER****AUSSAGEN:**

**ICH MÖCHTE DAS NEUESTE HANDY HABEN UND DENKE NICHT WIRKLICH DARÜBER NACH, WAS MIT MEINEM ALTEN HANDY PASSIERT.**

**1**

**MENSCHEN SOLLTEN ZUGANG ZU DER TECHNIK HABEN, DIE SIE BRAUCHEN, AUCH WENN SIE SICH DAS NICHT LEISTEN KÖNNEN.**

**2**

**ICH HABE NOCH NIE ÜBER DIE MENSCHEN UND DIE VORGÄNGE BEI DER HERSTELLUNG VON HANDYS NACHGEDACHT.**

**3**

## TEIL 2: THEMEN RUND UM DAS HANDY VERTIEFEN

### AKTIVITÄT 3 (a) Faire Arbeitsbedingungen

#### Überblick:

Diese Aktivität ist eine Einführung zum Thema Arbeitnehmer\_innenrechte, die es den Teilnehmern und Teilnehmerinnen ermöglichen soll, darüber nachzudenken, welche Arbeitsbedingungen sie selbst erwarten sollten, wenn sie Arbeit suchen.

#### Ziele:

- Über persönliche Berufserfahrung und Erwartungen nachdenken;
- Der Frage, welche Rechte am Arbeitsplatz fair sind, nachgehen.

**Zeitbedarf:** 20 Minuten

**Altersgruppe:** 12+

#### Benötigte Materialien:

- Karten mit „Rechte am Arbeitsplatz“
- Scheren, Klebematerial

#### Vorbereitung:

Schneiden Sie die sechs Karten mit Rechten am Arbeitsplatz aus:

1. Existenzsichernde Löhne
2. Gesetzlich festgelegte und keine überlangen Arbeitszeiten
3. Arbeit unter sicheren und gesunden Bedingungen
4. Das Recht auf Nichtdiskriminierung
5. Abschluss eines Arbeitsvertrages
6. Das Recht, einer Gewerkschaft beizutreten

#### Anleitung:\*

**1. Schritt:** Bitte Sie die Gruppe, im Kreis zu sitzen, und fragen Sie:

- *Arbeitet jemand von euch oder würde jemand von euch gerne arbeiten?*
- *Unter welchen Bedingungen möchtest du gerne arbeiten?*
- *Wieviel Zeit verbringst du in der Arbeit?*
- *Wie schaut dein Arbeitsplatz aus?*
- *Welche Kolleg\_innen hast du?*

**2. Schritt:** Erklären Sie den Teilnehmern und Teilnehmerinnen, dass sie als Arbeitnehmer\_innen einige grundlegende Rechte haben, deren Achtung sie erwarten sollen. Bitten Sie die Gruppe, sich die sechs Karten mit „Rechte am Arbeitsplatz“ anzusehen. Bei den nachfolgenden Hintergrundinfos finden Sie kurze Erklärungen zu jedem Recht.

Hängen Sie die Karten im Raum verteilt an die Wand und bitten Sie die Teilnehmer\_innen, sich zu der Karte zu stellen, auf der das ihrer Meinung nach wichtigste Recht steht.

#### Nachbereitung und Reflexion:

Stellen Sie folgende Fragen:

- *Welche Rechte sind eurer Meinung nach die wichtigsten und warum?*
- *Fehlen irgendwelche Rechte oder hat euch etwas überrascht?*
- *Warum glaubt ihr, sind Rechte am Arbeitsplatz wichtig?*

\*Basierend auf [http://www.teachers.org.uk/files/tuc\\_fairs\\_fair\\_booklet.pdf](http://www.teachers.org.uk/files/tuc_fairs_fair_booklet.pdf)

Erklären Sie den Teilnehmern und Teilnehmerinnen, dass sie sich zu einer anderen Karte stellen können, sollten sie während der Diskussion ihre Meinung geändert haben. Fragen Sie sie, warum sie ihre Meinung geändert haben. Betonen Sie, dass es keine richtigen oder falschen Antworten gibt, da alle Rechte gleich wichtig sind.

Weisen Sie die Gruppe darauf hin, dass Arbeitnehmern und Arbeitnehmerinnen in vielen Ländern ihre Rechte verwehrt werden.

### **Folgeaktivität:**

Siehe Aktivität 1 (b): „Unfaire Arbeitsbedingungen in der Demokratischen Republik Kongo“: Diese Aktivität beschäftigt sich damit, wie Kinderrechte in der DR Kongo bei der Herstellung von Mobiltelefonen verletzt werden. Die Aktivität regt Teilnehmer\_innen dazu an, darüber nachzudenken, in welchem Ausmaß wir durch den globalen Handel vernetzt sind und wie Millionen Menschen als Teil der weltweiten Lieferkette in schlechtbezahlten und gering qualifizierten Jobs gefangen sind.

### **Variante:**

3 Moderationskärtchen mit den 3 wichtigsten Wünschen an den (zukünftigen) Arbeitsplatz notieren und in eine Rangreihe bringen.

## ARBEITSBLÄTTER

### KARTEN MIT RECHTE AM ARBEITSPLATZ

**EXISTENZSICHERNDE LÖHNE**

1

**GESETZLICH FESTGELEGTE  
UND KEINE ÜBERLANGEN  
ARBEITSZEITEN**

2

**ARBEIT UNTER SICHEREN UND  
GESUNDEN BEDINGUNGEN**

3





**DAS RECHT AUF  
NICHTDISKRIMINIERUNG**

**4**



**ABSCHLUSS EINES  
ARBEITSVERTRAGES**

**5**



**DAS RECHT, EINER GEWERKSCHAFT  
BEIZUTRETEN**

**6**

## Kurze Erklärungen zu Rechten am Arbeitsplatz:

### 1. Existenzsichernde Löhne

Existenzsichernde Löhne bedeutet, soviel zu verdienen, um Lebensmittel-, Wohn-, Transport- und Gesundheitskosten bezahlen zu können und auch ein wenig Geld für andere Dinge, die man brauchen könnte, zu haben. In Österreich unterscheidet sich der Mindestlohn (€ 6,49) vom Existenzlohn (€ 8,50).

### 2. Gesetzlich festgelegte und keine überlangen Arbeitszeiten

Man darf nicht dazu gezwungen werden, mehr arbeiten zu müssen, als in Gesetzen festgelegt wurde. In Österreich wird die Arbeitszeit von europäischen Regelungen sowie von den nationalen Kollektivverhandlungen bestimmt und liegt für die meisten Arbeiter\_innen bei 38,5 Wochenstunden. Überstunden dürfen nicht regelmäßig gefordert werden, da jede\_r das Recht auf Erholung hat.

### 3. Arbeit unter sicheren und gesunden Bedingungen

Arbeitnehmer\_innen, die beispielsweise in Fabriken mit Chemikalien arbeiten, müssen Schutzkleidung zur Verfügung gestellt bekommen.

### 4. Das Recht auf Nichtdiskriminierung

Niemand darf am Arbeitsplatz etwa aufgrund Alter, Religion oder Geschlecht diskriminiert werden.

### 5. Abschluss eines Arbeitsvertrages

Ein Arbeitsvertrag beweist, dass man in einem Arbeitsverhältnis mit einem Arbeitgeber / einer Arbeitgeberin steht. Er regelt Verantwortlichkeiten, Arbeitszeiten und Leistungen wie Karenz, Arbeitsunfähigkeit, bezahlten Urlaub usw.

### 6. Das Recht, einer Gewerkschaft beizutreten (Vereinigungsrecht)

Arbeitnehmer\_innen können sich zu Gewerkschaften vereinigen, die ihnen eine kollektive und unabhängige Stimme am Arbeitsplatz geben. Als Mitglieder einer Gewerkschaft haben Arbeitnehmer\_innen gemeinsam mehr Macht als Einzelpersonen. Dies bringt sie bei Verhandlungen über Gehälter und Arbeitsbedingungen in eine bessere Position.

Quelle: ILO-Kernarbeitsnormen der UNO. Stand: 2015



## Aktivität 3 (b) Unfaire Arbeitsbedingungen in der Demokratischen Republik Kongo

### Überblick:

Die Teilnehmer\_innen lernen die Lieferkette der Mobiltelefonproduktion kennen und entdecken, wie sehr der Abbau von Rohstoffen in der DR Kongo Konflikte schürt und Kinderrechte verletzt.

### Ziele:

- Etwas über Menschenrechte erfahren;
- Verstehen, warum Männer, Frauen und Kinder in extremer Armut besonders von Ausbeutung bedroht sind;

- Zusammenhänge mit den eigenen Erwartungen von fairen Arbeitsbedingungen in Europa herstellen (Aktivität 1 (a)).

**Zeitbedarf:** 60 Minuten

**Altersgruppe:** 12+

### Benötigte Materialien:

- Ein altes Handy, das zerlegt werden kann
- Weltkarte
- Kopien des Fallbeispiels und des Fotos (siehe Arbeitsblätter)

### Anleitung\*:

**1. Schritt:** Ziel ist es, zu verdeutlichen, wie die Herstellung eines Mobiltelefons Teil einer weltweiten Lieferkette ist. Die Rechte der Menschen, die in dieser Kette arbeiten, werden häufig verletzt.

Nehmen Sie ein altes Handy und zerlegen Sie es. Bitten Sie die Gruppe, sich die einzelnen Komponenten anzusehen und sie zu benennen.

Weisen Sie auf das Plastikgehäuse oder das Cover hin, auf den Akku, den Lautsprecher, das Mikrofon und die Leiterplatte. Danach erwähnen Sie die Metalle und lassen Sie die Teilnehmer\_innen die Herkunftsländer auf der Weltkarte suchen:

Gold (Südafrika, Russland), Kupfer (Chile, Papua-Neuguinea), Nickel (Kanada). Nennen Sie auch das Metall Tantal, das aus dem Erz Coltan gewonnen wird (Australien, Brasilien, Kanada und DR Kongo).

Erklären Sie den Teilnehmern und Teilnehmerinnen, dass durch den Abbau von Rohstoffen wie Coltan in der DR Kongo große militärische Gruppen finanziert werden können, sodass diese Bodenschätze direkt zu bestehenden Konflikten beitragen und diese anheizen. In den Minen arbeiten auch Kinder. Mit diesem Thema beschäftigen sich die Teilnehmer\_innen im 2. Schritt.

**2. Schritt:** Ziel ist es, Mitgefühl mit dem Kind auf dem Foto zu erregen, um sich mit dem Thema, wie Kinderrechte durch die weltweite Mobiltelefonproduktion verletzt werden, zu beschäftigen.

Zeigen Sie als Impuls das Foto (siehe Arbeitsblätter). Bitten Sie die Gruppe, sich Zeit zu nehmen und das Foto wirklich genau zu betrachten. Sie werden ein Profil des Kindes erstellen und brauchen dazu ihre Vorstellungskraft.

Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, sich zu überlegen:

- *Wer ist die Person auf dem Foto?*
- *Ein Junge oder ein Mädchen?*
- *Wie alt ist das Kind?*
- *Was macht das Kind?*
- *Unter welchen Bedingungen arbeitet es?*
- *Hat das Kind eine Familie?*
- *Warum arbeitet das Kind?*

\* Adaptiertes Fallbeispiel basierend auf [http://news.bbc.co.uk/1/hi/in\\_depth/5071172.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/in_depth/5071172.stm)

- *Wie geht es dem Kind finanziell und welche Stellung hat es in der Gesellschaft?*
- *Was würde das Kind jetzt gerne tun, wenn es nicht arbeiten müsste?*
- *Hat das Kind irgendwelche Ziele im Leben?*
- *Welche Dinge besitzt das Kind?*

Die Teilnehmer\_innen rufen ihre Ideen frei heraus. Es gibt keine falschen Antworten, sondern Ziel ist es, Gedanken auszutauschen.

**3. Schritt:** Beschreiben Sie jetzt das Leben von Decu, dem Kinderarbeiter. Lesen Sie das Fallbeispiel 1 (b) vor (siehe Arbeitsblätter). Decu verdient am Tag weniger als 90 Cent. Er könnte sich niemals eines der Handys leisten, das er und andere produzieren.

Stellen Sie der Gruppe daraufhin folgende Fragen:

- *Könnt ihr euch vorstellen, zwei Stunden zu Fuß in die Arbeit zu gehen?*
- *Wie glaubt ihr, würdet ihr euch fühlen, wenn ihr so hart arbeiten müsstet?*
- *Könnt ihr euch vorstellen, wie müde er ist?*
- *Ist das Leben von Decu fair?*
- *Warum glaubt ihr, verdient er so wenig?*
- *Sollte er in die Schule gehen?*

Zeigen Sie daraufhin noch einmal das Foto und fragen Sie die Teilnehmer\_innen, welche Gefühle sie JETZT haben...:

- *... gegenüber der Person auf dem Foto?*
- *... gegenüber den Eltern / Erziehungsberechtigten des Kindes?*
- *... gegenüber dem Minenbesitzer / der Minenbesitzerin?*
- *... gegenüber einer Person in Europa, die ein Handy kauft?*

### **Nachbereitung und Reflexion:**

Ziel ist es, der Gruppe zu verdeutlichen, wie junge Menschen in Europa — Kunden und Kundinnen, die Handys kaufen — mit jungen Menschen in der DR Kongo — den Produzenten und Produzentinnen der Handys —, vernetzt sind.

Junge Menschen in Europa erwarten sich faire Arbeitsbedingungen. Die Menschenrechte sind universell; junge Menschen, die in anderen Ländern in Armut geboren werden, sind jedoch so verzweifelt, dass sie unter unerträglichen Bedingungen arbeiten. Die Folgen für sie selbst und ihre Familien sind weitreichend. Kinderarbeit fügt Kindern oft Schaden zu. Ausbeuterische Kinderarbeit zerstört ihr Leben, verwehrt ihnen den Zugang zu Bildung und beraubt sie des wertvollsten Menschenrechts — des Rechts auf Freiheit.

Also was können wir tun? Fragen Sie die Gruppe nach Vorschlägen.

Einige Organisationen sind der Meinung, dass große Unternehmen Verantwortung für das Leiden, das sie verursachen, übernehmen müssen. Dank der Bemühungen von gewöhnlichen Bürgern und Bürgerinnen haben einige Konzerne beispielsweise ihre Praktiken bei der Herstellung ihrer Produkte geändert (z.B.: in anderen Branchen wie Textil-sektor) Die meisten müssen jedoch noch viel mehr tun.

Für mehr Informationen: <https://www.fairphone.com> ; <http://electronicswatch.org/de>

## ARBEITSBLÄTTER

### FALLBEISPIEL — KINDERARBEIT IN DER DR KONGO

Mit acht Jahren hat Decu noch nie einen Fußball besessen oder ein Computerspiel gespielt. Er hat keinen Computer und keinen Fernseher. Er ist nie in die Schule gegangen, trifft aber jeden Morgen auf dem Weg zur Arbeit auf Schüler und Schülerinnen in ihren Schuluniformen.

Decus Tag beginnt, wenn es dämmert. Er isst kein Frühstück, sondern trinkt nur ein paar Schluck Wasser. Dann macht er sich gemeinsam mit seinem Zwilling Bruder Kaba auf den zweistündigen Weg. Beide tragen zerrissene T-Shirts und Hosen mit Löchern.

Um 7 oder 8 Uhr in der Früh erreichen sie jeden Tag die Ruashi-Minen, wo riesige rote, braune und graue Erdhügel die Landschaft verunstalten. Sie sind zwei der beinahe 800 Kinder-Minenarbeiter\_innen, die neben Erwachsenen arbeiten. All das ist nicht offiziell, jedoch höchst organisiert.

Es gibt keine Sicherheitsrichtlinien, niemand trägt einen Schutzhelm. Mitten drinnen arbeiten Buben im Alter von Decu und Kabu mit ihren bloßen Händen und nackten Füßen. Ihre erste Aufgabe an diesem Tag ist es, die Erde durch Sieben von den Mineralien zu trennen. Diese Arbeit ist anstrengend.

Viele der einheimischen Mittelsleute bevorzugen jüngere Kinder, da Ältere mehr verdienen. Die jüngsten Kinder hier sind erst fünf oder sechs.

Später an diesem Tag graben die Zwillinge mit ihren bloßen Händen nach Kupfernuggets, finden jedoch kaum welche. Ein Käufer aus der Gegend gibt ihnen dafür ein paar schmutzige Geldscheine, die für ein Stück Gebäck für jeden der beiden ausreichen. Decu macht damit weiter, mit seinen nackten Füßen Kobalt in einem See voller giftigem Wasser zu waschen. Nicht einmal gemeinsam schaffen es die beiden Geschwister, genug zu verdienen, um sich ein Abendessen leisten zu können.

Decu ist ein Kind, das an einem Ort in Armut geboren wurde, der der reichste Ort in Afrika sein könnte — die Provinz Katanga im Südosten der Demokratischen Republik Kongo. Die Provinz hat reiche Erzvorkommen, doch von diesem Schatz haben schon immer nur die Mächtigen profitiert, nicht die Bürger\_innen.



Quelle: Südwind e.V.

## Aktivität 4 (a) Technik im Alltag: Notwendigkeit oder Luxus?

### Überblick:

Die Teilnehmer\_innen lernen den Begriff „Technology Justice“ kennen und setzen sich damit auseinander, wie Menschen weltweit unterschiedliche technische Entwicklungen verwenden.

### Ziele:

- Der Frage nachgehen, ob die technischen Entwicklungen, die die Teilnehmer\_innen nutzen, eine Notwendigkeit darstellen, das Leben leichter machen, oder Luxus sind;
- Besprechen, wie Menschen weltweit ein anderes Verständnis von Technik haben und

sie anders nutzen;

- Mit dem Begriff „Technology Justice“ vertraut werden.

**Zeitbedarf:** 30 Minuten

**Altersgruppe:** 12+

### Benötigte Materialien:

- Karten mit technischen Entwicklungen (siehe Arbeitsblätter)
- Arbeitsblatt „Technik im Alltag: Notwendigkeit oder Luxus?“ (siehe Arbeitsblätter) → im A3-Format kopieren
- Stifte

### Anleitung\*:

**1. Schritt:** Fragen Sie die Teilnehmer\_innen, was das Wort „Technik“ bedeutet.

Die meisten Definitionen von Technik betonen die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse für die Lösung eines praktischen Problems. Lassen Sie die Gruppe Ideen darüber austauschen, welche technischen Entwicklungen sie in ihrem Alltagsleben verwenden, wie zum Beispiel Mobiltelefone, Fernseher, Föhn, Waschmaschine, Strom.

**2. Schritt:** Geben Sie jedem Teilnehmer / jeder Teilnehmerin vier leere Karten (siehe Arbeitsblätter). Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, auf diese Karten die vier technischen Entwicklungen zu schreiben, die sie ihrer Meinung nach am dringendsten in ihrem Leben brauchen.

Bilden Sie daraufhin Kleingruppen mit je 4-6 Personen. Geben Sie jeder Gruppe ein Set der vorbereiteten Karten mit technischen Entwicklungen. Bitten Sie sie, ihre persönlichen Karten vorzustellen und die Karten auszusortieren, die doppelt vorkommen. Geben Sie einer Person pro Gruppe die Aufgabe, die Karten zu mischen und jedem Teilnehmer / jeder Teilnehmerin gleich viele Karten auszuverteilen.

### 3. Schritt:

Teilen Sie jeder Gruppe eine Kopie vom Arbeitsblatt „Technik im Alltag: Notwendigkeit oder Luxus?“ aus. Geben Sie ihnen die Aufgabe, nacheinander eine ihrer Karten auf eines der Felder der drei Bereiche zu legen. Sie müssen entscheiden, ob es sich bei der entsprechenden technischen Entwicklung um eine Notwendigkeit handelt, ob diese das Leben besser / einfacher macht, oder ob es ein Luxus ist, diese zu haben. In jedem Bereich kann nur eine bestimmte Anzahl Karten liegen. Es dürfen nicht mehr Karten, als Felder vorgesehen sind, in einen Bereich gelegt werden. Die Teilnehmer\_innen können Karten tauschen oder auf ein anderes Feld legen, wenn die gesamte Gruppe mit der Entscheidung einverstanden ist.

\* Adaptierte Aktivität basierend auf Practical Action <http://practicalaction.org/schoolstechnologyjustice>

Wenn alle Felder voll sind, beginnen Sie eine Diskussion, indem Sie Fragen wie zum Beispiel die folgenden stellen:

- *War es einfach, die technischen Entwicklungen zu sammeln, die ihr in eurem alltäglichen Leben verwendet?*
- *War es einfach, zu entscheiden, auf welches Feld die Karten gelegt werden?*
- *Hat euch irgendetwas überrascht?*
- *Glaubt ihr, das Ergebnis wäre anders, wenn wir diese Aktivität mit älteren Personen oder Menschen in einem anderen Land durchführen würden?*
- *Glaubt ihr, es wäre schwieriger, wenn die Gruppen gemischter wären (z. B. unterschiedliches Alter, verschiedene Kulturen)?*
- *Was habt ihr gelernt?*

### **Nachbereitung und Reflexion:**

Weisen Sie darauf hin, dass Technik für Menschen abhängig von ihrer persönlichen Situation unterschiedliche Dinge bedeuten kann: Wohlstand, Arbeit, Lebensstil, Kultur etc.

Stellen Sie das Konzept „Technology Justice“ vor. Practical Action (<http://practicalaction.org/>) definiert „Technology Justice“ als die Ansicht, dass jeder Mensch das Recht auf Zugang zu der Technik hat, die er braucht, um das von ihm gewünschte Leben führen zu können, ohne dadurch die Möglichkeiten anderer, dasselbe zu tun, jetzt und in Zukunft zu beschränken.

## Technik im Alltag: Notwendigkeit oder Luxus?

### Arbeitsblatt

- Legt abwechselnd eine der Karten auf eines der Felder in den drei Bereichen. Ihr müsst entscheiden, ob die technische Entwicklung, die auf der Karte steht, eine Notwendigkeit ist, ob sie das Leben besser oder einfacher macht oder ob es ein Luxus ist, sie zu haben.
- Im innersten Bereich können maximal vier Karten liegen, im mittleren sechs und im äußersten Bereich acht Karten.

Technik, die reiner Luxus ist

Technik, die das Leben einfacher macht

Technik, die notwendig ist




## ARBEITSBLÄTTER

### TECHNISCHE ENTWICKLUNGEN



**Fernseher**

**Föhn**

**Medizinische  
Geräte**

**Wasch-  
maschine**

**Fahrrad**

**Tablet**

**Geräte, um  
Essen zu  
verarbeiten /  
kochen**

**Toilette**

TECHNISCHE ENTWICKLUNGEN



Wasseraufbe-  
reitungs-  
anlagen

Stromversor-  
gung

Heizung

Auto

Herd /  
Mikrowelle

Wasserkocher

Computer

Handy

Glätteisen

MP3-Player

Internetzugang

Gasversorgung



## Aktivität 4 (b) Handy Global

### Überblick:

Die Teilnehmer\_innen lernen anhand von Fallbeispielen, wie und wozu Mobiltelefone in Afrika verwendet werden, und beschäftigen sich mit den positiven Auswirkungen der Mobilfunktechnologie.

### Ziele:

- Über die positiven und negativen Auswirkungen der Mobilfunktechnologie nachdenken;

- Sich mit den eigenen Ansichten über Mobiltelefone in einem globalen Kontext beschäftigen.

**Zeitbedarf:** 75 – 85 Minuten

**Altersgruppe:** 12+

### Benötigte Materialien:

- Fotos und Fallbeispiele

### Anleitung:

**1. Schritt:** Führen Sie die einführende Aktivität aus Teil 1 Aktivität 1(a) „Pro und Kontra von Mobiltelefonen“ durch oder besprechen Sie die Vor- und Nachteile von Handys. Erklären Sie den Teilnehmern und Teilnehmerinnen, dass Handys in Afrika das Leben von Menschen verändert haben. Bei dieser Aktivität werden einzelne Fälle aus Afrika genauer betrachtet.

**2. Schritt:** Bilden Sie Kleingruppen (max. 8 Gruppen). Geben Sie jeder Gruppe ein Foto (siehe Arbeitsblätter).

Teilen Sie jeder Gruppe Post-its aus und geben Sie ihnen die Aufgabe, darauf alle Fragen, die sie zum Foto haben, zu schreiben und sie dann auf das Foto zu kleben. Fragen Sie die Teilnehmer\_innen, was sie sehen.

**3. Schritt:** Geben Sie jeder Gruppe das zu ihrem Foto gehörige Fallbeispiel und bitten Sie sie, die Texte zu lesen und zu besprechen.

Danach erklären die Kleingruppen im Plenum der Reihe nach...:

- ... wie das Handy genutzt wird
- ... wie es das Leben verändert hat
- ... ob irgendetwas am Foto oder im Text die Gruppe überrascht hat

Die Mobilfunktechnologie hat das Leben von Menschen auf der ganzen Welt verändert. Denken Sie an die vorhergehende Aktivität (3 (a)) zurück und fragen Sie die Teilnehmer\_innen, welche Auswirkungen technische Entwicklungen auf ihr eigenes Leben hatten. Motivieren Sie die Teilnehmer\_innen, darüber nachzudenken, wie sie ihre Handys verwenden — auf persönlicher, lokaler und globaler Ebene.

**4. Schritt:** Zum Abschluss bitten Sie die Teilnehmer\_innen, aufzustehen. Sie hören Aussagen zu den soeben durchgeführten Übungen und haben die Aufgabe, sich ihrer Meinung entsprechend im Raum zu platzieren. Erklären Sie den Teilnehmern und Teilnehmerinnen, dass sie sich an ein Ende des Raumes stellen sollen, wenn sie der Aussage zustimmen, und ans andere Ende, wenn sie anderer Meinung sind. Lassen Sie die Teilnehmer\_innen ihre Gedanken und Meinungen mitteilen, wenn dies passt.

- *Ich besitze ein Handy.*
- *Ich brauche ein Handy.*
- *Handys machen das Leben von allen Menschen besser.*
- *Alle Menschen sollten ein Handy haben können, egal, wo sie leben.*
- *Alle Menschen sollten ein Handy haben können, egal, ob sie es sich leisten können, oder nicht.*
- *Ich habe heute etwas über Handys gelernt.*

### **Nachbereitung und Reflexion:**

Die Aktivitäten 4 (a) und 4 (b) sollen die Teilnehmer\_innen anregen, darüber nachzudenken, welche Rolle technische Entwicklungen in ihrem alltäglichen Leben spielen und wie der Zugang zu Technik ihr eigenes Leben und das Leben von Menschen in Afrika verändert hat. Technik hat die Welt noch enger verknüpft und eine gemeinsame globale Verbindung geschaffen.

Außerdem bietet sich die Aktivität 4 (b) dazu an, über Stereotype und unsere Wahrnehmung von Menschen in Afrika zu sprechen. Wurde das Bild, das die Teilnehmer\_innen von Afrikaner\_innen hatten, durch die Fotos oder Fallbeispiele in Frage gestellt? Diese Frage kann zu einer breiteren Diskussion über Fotos und deren Einsatz in den Medien und für Spendenaktionen führen. Die Verhaltenskodizes legen fest, dass europäische NGOs die Realität des Lebens der schutzlosesten Menschen mit Feingefühl und Respekt ihrer Würde abbilden sollen.

### **Fotoquellen:**

Fotos mit Erlaubnis von Oxfam <http://www.oxfam.org.uk/>

Fallbeispiel 1: Abbie Trayler-Smith, Ghana 2010, Oxfam.

Fallbeispiel 2: Kaya Ngwenya, Südafrika 2008, Oxfam.

Fallbeispiel 3: Tamer El Mahrouky, Ägypten, flickr.

Fallbeispiel 4: Alun McDonald, Sudan 2009, Oxfam.

Fallbeispiel 5: Iain Marlow, Nigeria, Globe and Mail.

Fallbeispiel 6: Sven Torfinn, Kenia 2011, Oxfam.

Fallbeispiel 7: Carolin Irby, DR Kongo 2009, Oxfam.

Fallbeispiel 8: Aubrey Wade, Sierra Leone 2011, Oxfam.

### **Storyquelle:**

Grameen Stiftung, Jahresbericht 2013 <http://www.grameenfoundation.org/our-impact/personal-stories>



## ARBEITSBLÄTTER

## Fallbeispiel 1

## Mütterberatung

Das mobile Hebammen-Service ist Teil der Initiative MOTECH (Mobile Technology for Community Health) in Ghana, die von der Garmeen Stiftung und dem staatliche Gesundheitsdienst Ghanas ins Leben gerufen wurde.

Schwangere Frauen und Mütter Neugeborener erhalten per Mobiltelefon vorgefertigte Nachrichten zum Thema Gesundheit und Ernährung. So bekommen Eltern regelmäßig Empfehlungen zum Stillen und Füttern ihrer Babys, Tipps für die richtige Ernährung für schwangere Frauen, oder Informationen über Impfungen der Babys gegen gefährliche Krankheiten. Frauen werden dadurch angeregt, besser auf ihre Gesundheit zu achten und Kontrolluntersuchungen vor und nach der Geburt wahrzunehmen. Die App erinnert Kunden und Kundinnen sowie das Gesundheitspersonal auch an Termine, die anstehen oder verpasst wurden.

In den letzten Jahren ist die Zahl der Frauen, die während der Geburt ihres Kindes gestorben sind, von 560 auf 451 pro 100.000 Geburten gesunken. In Großbritannien und Deutschland liegt diese Zahl jedoch bei 8 bzw. 4.

## Das Foto



Ghana, 2010

Abbie Trayler-Smith, Oxfam

Die 24-jährige Krankenschwester Linda Mbe auf einem Moped des ghanaischen Gesundheitsdienstes. Bei Komplikationen bei der Geburt werden die schwangeren Frauen damit vom Dorf Kunkua in ein lokales Krankenhaus gebracht. In der gesamten Upper East Region gibt es nur neun Ärzte und Ärztinnen, das bedeutet einen Arzt oder eine Ärztin für 1 Million Patienten und Patientinnen.

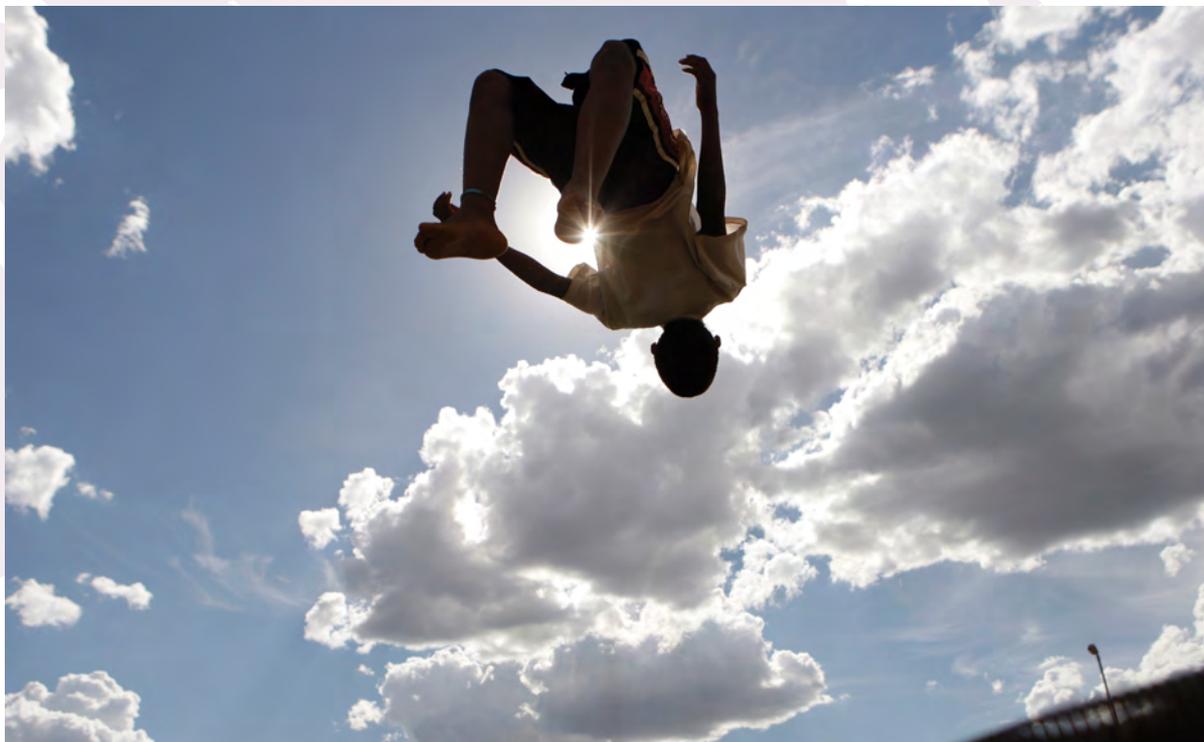
## Fallbeispiel 2

### Bildung

Nokia hat sich die immer größer werdende Beliebtheit sozialer Netzwerke zunutze gemacht und MoMath, ein Lernprogramm, das die Nutzer\_innen der Instant Messaging Plattform Mxit als Zielgruppe hat, ins Leben gerufen. Mxit ist das führende soziale Netzwerk in Südafrika, mit — dem Unternehmen zufolge — mehr als 10 Millionen aktiven Benutzern und Benutzerinnen im ganzen Land. In Zeiten, in denen Mobiltelefone — die billiger in der Anschaffung und leichter zu benutzen sind als Computer — als Lehrmittel immer mehr an Boden gewinnen, ist das Potential, das gescheiterte Bildungssystem Afrikas zu verändern, enorm.

Es ist zu hoffen, dass durch Bildung über soziale Netzwerke die Zahl der afrikanischen Kinder im Schulalter, die keine Schulbildung erhalten, reduziert werden kann .

### Das Foto



Südafrika, 2008

Kaya Ngwenya/Oxfam

Ein Kind macht einen Salto auf einem Trampolin in einem Hort. Die gemeindebasierte Organisation „Let Us Grow“ in Orange Farm unterstützt Menschen, die mit HIV und AIDS leben, sowie Waisen und schutzlose Kinder, indem sie Lebenskompetenzen vermittelt und einen Ort bietet, an dem Ratschläge eingeholt werden und Kinder mit Gleichaltrigen spielen können.

Außerdem werden nach der Schule ein Nachmittagsprogramm sowie Aktivitäten am Wochenende angeboten, um Kindern die Möglichkeit zu geben, miteinander Zeit zu verbringen, diese zu genießen und dabei für einen Moment ihre Sorgen zu vergessen. Viele der Kinder haben keine Unterstützung der Eltern, und so hilft die Organisation bei Hausaufgaben und leistet Hilfestellungen dabei, das Leben zu meistern.



## Fallbeispiel 3

### Aktivismus

Die Aufstände in Nordafrika im Jahr 2011 haben uns gezeigt, wie durch Mobiltelefone und deren vielfältige Kommunikationsmöglichkeiten aus gewöhnlichen Bürgern und Bürgerinnen, die von ihren Regierungen enttäuscht wurden, Widerstandskämpfer\_innen werden können.

Weil sie das erkannte, setzte die bröckelnde Regierung unter Mubarak (Ägyptens früherer Präsident) in einem Versuch, die Aktivitäten der Opposition einzubremsen, Mobilfunkbetreiber unter Druck, die Stecker zu ziehen. Und so waren die Mobilfunknetze in Ägypten am 28. Jänner 2011 tot.

Drei Jahre zuvor — in den Nachwehen der von Gewalt begleiteten Wahlen in Kenia — konnten Bürger\_innen per SMS von Gewalttaten berichten, was vom Rest der Welt über einen Server in Echtzeit verfolgt werden konnte.

Auf dem gesamten Kontinent bringen Mobiltelefone ein noch nie dagewesenes Ausmaß an Offenheit und Transparenz in die Wahlprozesse und ermächtigen dadurch Bürger\_innen von Kairo über Khartum und Dakar bis Lagos.

### Das Foto



Ägypten,  
Tamer El Mahrouky,  
flickr

## Fallbeispiel 4

### Bankgeschäfte

M-PESA ist ein mobiles Geldtransferservice, das 2007 von der größten kenianischen Mobilfunkfirma, Safaricom, und Vodafone eingeführt wurde. Fünf Jahre später hat M PESA 15 Millionen Nutzer\_innen (mehr als ein Drittel der Bevölkerung) und wickelt ein Volumen ab, das einem Fünftel des BIP (Wirtschaftsleistung eines Landes) entspricht.

Laut einer Umfrage der Gates Stiftung und der Weltbank nutzt in Kenia, im Sudan und in Gabun die Hälfte oder mehr der Erwachsenen die „mobile Geldbörse“.

Der überragende Erfolg von M-PESA in Kenia inspirierte ähnliche Initiativen auf dem gesamten Kontinent, von Südafrika bis Nigeria und Tunesien, während die Regierungen damit kämpfen, Bankdienstleistungen auszuweiten und für alle zugänglich zu machen. Im subsaharischen Afrika hat nur einer von fünf Erwachsenen ein Bankkonto.

Viele Afrikaner\_innen nutzen mobile Geldtransferservices, um Rechnungen zu bezahlen, Waren einzukaufen oder Privatpersonen Geld zu überweisen. Auch Auslandsüberweisungen von Verwandten in anderen Ländern werden größtenteils mobil erledigt.

### Das Foto



Sudan, 2009  
Alun McDonald,  
Oxfam

Fatima Hamid nahm ihren ersten Kredit — in der Höhe von 250 \$ — vor zwei Jahren auf und eröffnete damit ein kleines Geschäft, in dem sie Guthaben für Mobiltelefone verkauft. Ihre Idee hatte großen Erfolg und hat es der alleinerziehenden Mutter (die am Foto mit ihrem Neffen zu sehen ist) ermöglicht, für ihre 8-jährige Tochter zu sorgen.

„Dieses Geschäft hat mir zu einem besseren Leben verholfen. Meine Mutter starb, als ich ein Kind war, und ich musste meinem Vater zu Hause helfen. Ich konnte zum Glück trotzdem zur Schule gehen, verließ sie aber mit 14, um zu heiraten. Ich bekam eine Tochter, doch dann ließen sich mein Mann und ich scheiden. Ich habe viel zu früh geheiratet, ich war viel zu jung. Nun muss ich mich alleine um meine Tochter kümmern.

Ich habe es immer bereut, die Schule nicht abgeschlossen zu haben. Ich habe nun wieder damit begonnen, in die Schule zu gehen und werde in diesem Jahr die Matura machen. Wenn ich sie gut bestehe, werde ich vielleicht ein Studium an der Universität beginnen. Am Abend ist in meinem Geschäft am meisten los. Ich kann also tagsüber lernen und mich am Abend ums Geschäft kümmern.“



## Fallbeispiel 5

### Unterhaltung

Einer Untersuchung aus dem Jahr 2009 zufolge sind „Unterhaltung und Information“ die häufigsten Gründe, warum Mobiltelefone in Nigeria verwendet werden. Insbesondere hören die Menschen am Handy Radiosendungen, stimmen bei Reality-Shows mit, sind auf Twitter aktiv und laden Musik, Fotos und Videos herunter und teilen diese.

Es entstehen Plattformen rein für Mobiltelefone, die speziell auf diesen Markt abzielen. In ganz Afrika gibt es zahlreiche Onlineplattformen wie etwa Kulahappy (ein beliebter kenianischer „Unterhaltungskanal“, der für Mobiltelefone entwickelt wurde) oder AfriNolly, das sich selbst als „Afrikanische Filme in deiner Tasche“ bezeichnet.

Nigerias mobile Musikindustrie (die mobile Downloads, Klingeltöne etc. umfasst) ist heute eine multimillionenschwere Industrie.

Interessanterweise wurde die mobile Version des litauischen sozialen Netzwerks Eskimi vor Kurzem zur am zweitmeistbesuchten Seite in Nigeria nach Facebook und ist auch unter den Top 10 einiger anderer afrikanischer Länder zu finden. Die Hälfte der mehr als sieben Millionen aktiven Nutzer\_innen von Eskimi sind Nigerianer\_innen.

### Das Foto



Nigeria, N/A  
*Iain Marlow, Globe and Mail*

## Fallbeispiel 6

### Landwirtschaft

Mobiltelefone haben das Leben von Bauern und Bäuerinnen auf einem Kontinent, auf dem der landwirtschaftliche Sektor einer der größten Arbeitgeber ist, gravierend verändert. Die meisten von ihnen sind Kleinbauern und Kleinbäuerinnen, die über keinen Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten und technischen Entwicklungen verfügen.

Als Plattformen für Wetterinformationen, Marktpreise und Mikroversicherungen ermöglichen es Mobiltelefone afrikanischen Bauern und Bäuerinnen, bessere Entscheidungen zu treffen, die sich als höhere Ertragspotentiale auswirken. Sie haben beispielsweise die Möglichkeit, sich per SMS über Preise für ihre Erzeugnisse in tausenden Kilometern Entfernung zu erkunden.

Schon im Jahr 2003 kooperierte Kenias Agrarrohstoffbörse mit der Mobilfunkfirma Safaricom und entwickelte SokoniSMS64, einen Kurznachrichtendienst, der Bauern und Bäuerinnen über Preise informiert.

Auch M-Farm bietet ein ähnliches Service, während iCow eine mobile App ist, die sich als „der weltweit erste Handy-Kuhkalender“ bezeichnet. Es handelt sich um SMS- und Sprachdienste, mit denen Milchbauern und -bäuerinnen die Trächtigkeit ihrer Kühe aufzeichnen und zu tierärztlichen Geburtshelfern werden können. Daneben bekommen sie Ratschläge zur Zucht und Fütterung.

### Das Foto



Kenia, 2011

Sven Torfinn, Oxfam

Issac Mkalia, ein 20-jähriger Lehrer und Bauer, ruft Informationen auf seinem Mobiltelefon ab.

Viehhüter\_innen der Massai, die im kenianischen Kajiado District nahe der Grenze zu Tansania leben, berichten, dass das Wetter immer heißer und Regen immer unberechenbarer wird. Das Leben als Viehhüter\_in wird somit immer härter, da Weideland schwierig zu finden ist. Viele weiten ihre Arbeit deshalb aus und bauen etwa Pflanzen an oder werden zu Vollzeitbauern und -bäuerinnen.



## Fallbeispiel 7

### Katastrophenmanagement

In Flüchtlingslagern werden Mobiltelefone auf eine innovative Weise genutzt: Sie helfen Vertriebenen, wieder in Kontakt mit ihren Familien und Angehörigen zu treten.

Die NGO Refugees United hat sich mit Mobilfunkunternehmen zusammengetan, um eine Datenbank zu entwickeln, in die Flüchtlinge ihre persönlichen Daten eintragen können.

Dank der in dieser Datenbank verfügbaren Informationen haben sie die Möglichkeit, nach Personen zu suchen, zu denen sie den Kontakt verloren haben.

### Das Foto



Demokratische Republik Kongo, 2009

*Caroline Irby, Oxfam*

Im Kibati-Lager in Nord-Kivu, in dem 900 Familien Binnenvertriebener leben, spielt ein Kind mit einem alten Mobiltelefon. Das Kind hat am Handy ein Stäbchen fixiert, sodass es wie ein Satelliten-telefon aussieht, das internationale Helfer\_innen in den Lagern häufig verwenden.

## Fallbeispiel 8

### Gesundheit

Ein einfaches SMS-System war alles, was der 28-jährige Medizinstudent Bright Simons für seinen innovativen Plan, gegen gefälschte Medikamente in Afrika anzukämpfen, brauchte. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) schätzt, dass beinahe 30 % aller im globalen Süden ausgegebenen Arzneimittel nachgemacht sind. Im Jahr 2009 starben fast 100 nigerianische Babys, nachdem ihnen Medikamente gegen Schmerzen beim Zahnen verabreicht wurden. Diese enthielten ein Lösungsmittel, das üblicherweise in Frostschutzmitteln zu finden ist.

Simons hatte die bahnbrechende Idee, eindeutige Codes zum Aufrubbeln auf Arzneimittelverpackungen anzubringen. Die Käufer\_innen der Medikamente können diese per SMS an eine dafür vorgesehene Nummer senden, um herauszufinden, ob es sich um ein originales Arzneimittel handelt, oder ob es gefälscht wurde.

Das System wurde mittlerweile in mehreren afrikanischen Ländern eingeführt und auch in asiatischen Ländern übernommen, wo es ähnliche Probleme gibt.

In Südafrika findet man auch Impilo, einen Dienst, der es Menschen ermöglicht, per Mobiltelefon rund um die Uhr Gesundheitseinrichtungen im ganzen Land zu finden.

Mobiltelefone werden eine immer wichtigere Rolle dabei spielen, die Bürger\_innen afrikanischer Länder gesundheitlich zu versorgen. Die Mobilindustrie erkennt, dass Handys äußerst effektiv — und potentiell lukrativ — für die Verbreitung von Ratschlägen zu Gesundheit und Lebensstil sowie für Erinnerungen an Arzttermine sind.

Im Juni 2011 veranstaltete ein Konsortium namens mHealth Alliance in Kapstadt ein als erstes seiner Art angepriesenes Gipfeltreffen zum Thema mobile Gesundheit — den Mobile Health Summit. Die mHealth Alliance fördert den Einsatz mobiler Technologien zur Verbesserung der Gesundheit auf der ganzen Welt.

### Das Foto



Sierra Leone, 2011  
Aubrey Wade, Oxfam

Ein Apotheker gibt im staatlichen Krankenhaus Lumley Medikamente aus.



## TEIL 3: WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

### **Elektroschrott**

<http://storyofstuff.org/>

The Story of Stuff (Material inkl. gezeichneter Kurzvideos zum Thema)

[http://doku.cac.at/handy\\_bildungsmaterial\\_final.pdf](http://doku.cac.at/handy_bildungsmaterial_final.pdf)

Die Welt im Handy; Südwind Bildungsmaterial

[http://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/studien/Handys\\_Made-in-India.pdf](http://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/studien/Handys_Made-in-India.pdf)

Handys Made-in-India; Arbeits- und Lebensbedingungen in der Handyproduktion in Südindien am Beispiel der Nokia-Sonderwirtschaftszone; gemeinsame Publikation von der Arbeiterkammer Wien, Südwind und der indischen NGO Cividep-India.

[http://doku.cac.at/e-waste\\_bildungsmaterial\\_final\\_5mb.pdf](http://doku.cac.at/e-waste_bildungsmaterial_final_5mb.pdf)

Elektroschrott – ade; Südwind Bildungsmaterial

Simulate Economy – Planspiel Unternehmerische Verantwortung am Beispiel eines Elektronikonzerns; Südwind Bildungsmaterial € 15,- zu bestellen unter: [suedwind-agentur@suedwind.at](mailto:suedwind-agentur@suedwind.at)

<http://electronicswatch.org/de>

unabhängige Organisation zum Monitoring der Arbeitsbedingungen in der globalen Elektronikbranche

### **Kampagne**

[www.makeit.fair.org](http://www.makeit.fair.org)

Kampagne mit Hintergrundinfos und Bildungsmaterial

[www.evb.ch](http://www.evb.ch)

Schweizer NGO, die Hintergrundinfos bietet

### **Dokumentationen**

DOKU: „Die dunkle Seite der Schnäppchen-Handys“

Eine Dokumentation von Christian Brüser. 10 Min. 2012. Indien. (auszuborgen bei den Südwind Infotheken in allen Bundesländern oder bei baobab in Wien)

DOKU: „Der Weg eines Computers“

Eine Dokumentation von WEED e.V. – von dem Rohstoffabbau bis zur Verwertung auf Mülldeponien wird ein PC „begleitet“ (entweder hier für € 10,- bestellen: <http://www.weed-online.org/themen/799849.html> oder bei den Südwind Infotheken in allen Bundesländern oder bei baobab in Wien zum Ausborgen).

## Kapitel 6 .. Fleisch



### INHALT

HINTERGRUNDINFORMATIONEN - FLEISCH	132
<b>TEIL 1: THEMEN RUND UMS FLEISCH KENNENLERNEN</b>	<b>134</b>
AKTIVITÄT 1: WAS IST FLEISCH?	134
AKTIVITÄT 2: ÜBER FLEISCH DISKUTIEREN	136
<b>TEIL 2: THEMEN RUND UMS FLEISCH VERTIEFEN</b>	<b>139</b>
AKTIVITÄT 3: WAS STECKT HINTER EINEM BURGER?	139
AKTIVITÄT 4: GVO — NACHRICHTENSENDUNG	143
AKTIVITÄT 5: TALKSHOW FLEISCHPRODUKTION	146
<b>TEIL 3: WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN</b>	<b>148</b>

## HINTERGRUNDINFORMATIONEN - FLEISCH

Die Nachfrage nach Fleisch ist weltweit unersättlich geworden. Während Fleisch früher ein Luxusgut war, ist es heute im Globalen Norden allgegenwärtig und auch im Globalen Süden steigt der Konsum kontinuierlich an. Die industrielle Massenfleischproduktion benötigt billige Futtermittel und Umweltvorschriften, die sich dem Druck der Branche beugen. Beschäftigt man sich mit den unzähligen Facetten der Fleischproduktion und des Fleischkonsums, werden globale Probleme deutlich. Fleisch stellt ein Thema dar, das gut zuordenbar ist, und bietet sich daher als Einführung der großen Themen und Fragen der Globalisierung und Interkonnektivität an.

### **Warum haben die Produktion und der Konsum von Fleisch eine große Bedeutung im globalen Kontext?**

#### **Nutzung landwirtschaftlicher Flächen für die Viehwirtschaft**

Die Haltung und Züchtung von Rindern, Schweinen oder Geflügel für die Fleischproduktion erfordert große Flächen Land, nicht nur für den tatsächlichen Platzbedarf der Tiere, sondern auch für die Erzeugung von Futtermittel für die Tiere. Weltweit dient beinahe ein Drittel der insgesamt 14 Milliarden Hektar bewirtschafteter Fläche dem Anbau von Tierfutter. Drei Viertel der gesamten Anbaufläche werden auf die eine oder andere Weise für die Futtermittelproduktion genutzt. Insgesamt dienen 70 % der gesamten landwirtschaftlichen Flächen der Viehwirtschaft.

Da die Trennung zwischen Futtermittelproduktion und Tier- bzw. Fleischproduktion immer größer wird, sind Bauern und Bäuerinnen auf künstliche Düngemittel und Pestizide anstelle von Stallung angewiesen. Dies führt nicht nur zur Bodendegeneration, sondern auch zu erhöhten gesundheitlichen Gefahren, die die Chemikalien in den eingesetzten Mitteln mit sich bringen. Durch die verschlechterte Bodenqualität stagnieren die Erträge von Sojabohnen, Mais, Getreide und Reis. Einer aktuellen Studie zufolge ist dies voraussichtlich auf die intensive Futtermittel- und Biotreibstoffproduktion zurückzuführen.

#### **Umweltauswirkungen**

Die derzeitigen Methoden der industriellen Fleischproduktion sind von Bedenken hinsichtlich Umwelt und Gesundheit sowie von sozialen und wirtschaftlichen Ungleichheiten gekennzeichnet, und deren Folgen sind weltweit spürbar. Dazu zählen die Verarmung der Böden, der Rückgang der Tier- und Pflanzenvielfalt, gesundheitliche Probleme durch übermäßigen Fleischkonsum — insbesondere durch die Fütterungsweise und Über-Immunsierung der Tiere aus Massenviehhaltung — und soziale Probleme, die durch den Bedarf an billigem Getreide, um der weltweiten Nachfrage nach billigem Fleisch nachzukommen, angeheizt werden.

Die gestiegene Nachfrage nach Fleisch hat zu weitreichenden Degradierungen der Böden geführt. Weil Weideland von anderen besetzt oder ausgelaugt ist, erobern Viehzüchter\_innen Gebiete, die keinen Einschränkungen unterliegen. Dieses Phänomen hat die Erde seltene Ressourcen gekostet, wie Regenwälder oder Auegebiete. Die Viehzucht hat das empfindliche Ökosystem außerdem mit nicht heimischen Tieren und Pflanzen sowie Chemikalien und Nährstoffen im Boden und in Gewässern überfordert.

Der zunehmende Einsatz von Chemikalien und Nährstoffen in der Tier- und Futtermittelproduktion hat weltweit zu sogenannten Totzonen an den Küsten geführt. Man findet diese im Golf von Mexiko, im Baltischen und Kaspischen Meer, an der Ostküste Vietnams und der Westküste der USA. Sie sind durch große Mengen Phosphor und Stickstoff in Küstengewässern gekennzeichnet, die von Abflüssen aus der Landwirtschaft und der Tierproduktion stammen. Das Überangebot der Nährstoffe führt zu einer übermäßigen Bildung von Algen, Bakterien und Wasserpflanzen, die dem Meer-

wasser den Sauerstoff entziehen. Die dadurch entstehenden Totzonen sind für die Meeresflora und -fauna lebensfeindlich. Die industrialisierte Massenfleischproduktion ist eine Bedrohung für die Artenvielfalt: Die Zahl der Nutztierarten sowie die Vielfalt der Getreidesorten als Futtermittel hat sich dramatisch reduziert.

### **Genetisch veränderte Nutzpflanzen, Antibiotika und Pestizide**

Wenn viele Tiere auf kleinem Raum gehalten werden, ist das Risiko von Krankheiten hoch. Daher werden den Tieren Antibiotika verabreicht, um ansteckende Krankheiten zu verhindern. Tiere bekommen üblicherweise die gleiche Art Antibiotika wie Menschen, womit das Risiko verbunden ist, dass Bakterien in Tieren mutieren und resistent gegen Antibiotika werden. Diese resistenten Bakterien gelangen in unseren Körper, wenn wir Fleisch essen. Als Folge bleibt die Verabreichung von Antibiotika an Menschen unwirksam, da die Bakterien bereits resistent sind.

Die industrialisierte Massenfleischproduktion erfordert intensive Landwirtschaft zur Futtermittelproduktion. Auch wenn sich Tierfutter weltweit unterscheidet, hat sich die Nachfrage nach Soja seit dem Jahr 1980 mehr als verdreifacht. Für die intensive Kultivierung einer Pflanzensorte werden große Mengen Düngemittel und Herbizide benötigt, um Unkraut zu vernichten. Nur genetisch veränderte Pflanzen sind gegen diese Herbizide resistent und werden daher auf großflächigen Plantagen angebaut.

### **Eine Frage der Macht?**

Die Fleischproduktion wird mehr und mehr von riesigen internationalen Unternehmen beherrscht, die die kleinen Fleischerzeuger\_innen vom Markt verdrängen. JBS S.A., ein brasilianischer Rindfleischerzeuger ist der weltweit größte Fleischproduzent. Das Unternehmen hat Fleisch- und Geflügelproduzenten in den USA, Australien und Europa übernommen. Die Schlachtkapazität von JBS liegt bei 85.000 Rindern, 70.000 Schweinen und 12 Millionen Tieren aller Geflügelarten täglich. 150 Länder werden mit dem Fleisch beliefert. JBS erreichte im Jahr 2012 Umsätze von mehr als 38 Milliarden US \$. Durch die zunehmende Intensivierung und Unternehmenskonsolidierung in der Fleischproduktion ist die Existenz von Kleinbauern und -bäuerinnen und kleinen Fleischproduzenten und -produzentinnen, die einfach nicht mit den Preisen der multinationalen Fleischkonzerne mithalten können, in Gefahr. Die intensive Landwirtschaft bringt zudem einen erhöhten Einsatz und eine vermehrte Produktion von Pestiziden, Herbiziden, Düngemitteln und Futtermitteln mit sich, die selbst in großem Ausmaß Teil globaler Unternehmensstrukturen sind. Die Massenfleischproduktion ist auf erschwingliche Futtermittelpreise angewiesen, die wiederum internationalen Spekulationen unterliegen und dementsprechend schwanken. Davon sind nicht nur die großen Konzerne der Fleischindustrie betroffen, sondern auch die Ernährungssicherheit Millionen von Bauern und Bäuerinnen, die auf Getreide als Grundnahrungsmittel angewiesen sind.

### **Zerstörung lokaler Märkte**

Die Überproduktion und der billige Export von Massenfleisch stellt in vielen Ländern eine Gefahr für die lokalen Märkte dar. Weltweit wird Hühnerfleisch immer beliebter, wobei in Europa die Hühnerbrust den Hähnchenflügel vorgezogen wird, was zu großen Mengen an überflüssigen Hähnchenflügeln führt. Diese werden auf den afrikanischen Markt geworfen, wo einheimische Geflügelbauern und -bäuerinnen keine Möglichkeit haben, mit den Preisen des billigen Importfleisches mitzuhalten.



## TEIL 1: THEMEN RUND UMS FLEISCH KENNENLERNEN

### AKTIVITÄT 1: Was ist Fleisch?

#### Überblick:

Bei dieser Aktivität werden die Teilnehmer\_innen mit dem Thema Fleisch vertraut, indem sie sich mit Arten von Fleisch, Fleischgerichten und sich ändernden Essgewohnheiten beschäftigen.

#### Ziele:

- Sich mit den unterschiedlichen Arten von Fleisch auseinandersetzen;
- Über die sich ändernden Essgewohnheiten und deren soziale und kulturelle Dimensionen nachdenken.

**Zeitbedarf:** 60 Minuten (die Aktivität kann in zwei Teile geteilt werden)

**Gruppengröße:** 10 – 30 Personen

**Altersgruppe:** 12+

#### Benötigte Materialien:

- Papierkarten (A5 oder kleiner)
- Stifte
- bunte Sticker oder Klebepunkte

#### Anleitung:

**1. Schritt:** Teilen Sie die Teilnehmer\_innen in zwei Gruppen. Geben Sie jeder Gruppe leere Karten und Stifte. Bitten Sie die Gruppen, so viele Arten von Fleisch und Fleischgerichten wie möglich auf je eine Karte zu schreiben. Sie haben dafür 5 Minuten Zeit. Sie können aus diesem Teil der Aktivität einen Wettbewerb machen und die Gruppe, die mehr Ideen hat, mit einem kleinen Preis belohnen.

**2. Schritt:** Bitten Sie die Gruppen wieder ins Plenum und versuchen Sie alle Karten gemeinsam zu clustern. Legen Sie die Karten dafür am Boden auf oder kleben Sie sie an die Wand. Lesen Sie die Karten noch einmal vor und fragen Sie die Gruppe, welche Gerichte davon für ihre Region oder ihr Land traditionell sind. Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, auf jedes Gericht, das als traditionell eingestuft wird, einen bunten Sticker / Klebepunkt zu kleben. Geben Sie der Gruppe die Möglichkeit, darüber zu diskutieren, ob ein Gericht traditionell ist oder nicht.

**3. Schritt:** Bilden Sie Kleingruppen und geben Sie den Gruppen die Aufgabe, darüber nachzudenken, wie sich unsere Fleischessgewohnheiten im Laufe der Jahre verändert haben. Sie können den Gruppen zum Einstieg die Hilfestellung geben, darüber nachzudenken, was ihre Großeltern oder älteren Verwandten, Freunde oder Freundinnen früher gekocht haben und was sie heute essen. Was hat sich geändert? Bitten Sie die Gruppe, über die Veränderungen der Essgewohnheiten zu sprechen und dabei folgende Aspekte zu bedenken:

- Der *soziale Aspekt* von Essen und Fleisch — gab es bei euch ein Sonntagsessen? Wie war das bei euren Eltern / Großeltern? Wie und wann esst ihr Fleisch? Alleine, als schnelles Mittagessen (Burger, Kebab...), jeden Tag, bei Familienessen...
- Der *kulturelle Aspekt* von Fleisch — Welche Fleischgerichte habt ihr als traditionell eingestuft? Was sind aktuelle Gerichte? (Burger, Kebab...)
- Die *Art*, wie die Tiere gegessen werden — Wird das ganze Tier und seine Einzelteile für unterschiedliche Gerichte verwendet oder z. B. nur die Hühnerbrust...

**4. Schritt:** Geben Sie den Kleingruppen 15 Minuten Zeit, um über diese Fragen zu sprechen und versammeln Sie sie dann im Plenum, um über die Veränderungen der Essgewohnheiten zu diskutieren. Was hat sich geändert? Sind das positive Veränderungen? Warum? Warum nicht?

### **Nachbereitung und Reflexion:**

Es gibt viele Arten, auf die Fleisch konsumiert wird, und die Gewohnheiten im Fleischkonsum haben sich über die letzten Jahrzehnte recht deutlich geändert. Überlegen Sie gemeinsam mit der Gruppe:

- *War es schwierig, Fleischgerichte aufzulisten?*
- *Wie haben sich die Essgewohnheiten verändert?*
- *Warum glaubt ihr, haben sie sich verändert?*
- *Zu welchen Problemen oder Herausforderungen führen die neuen Essgewohnheiten?*

### **Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

Je nach verfügbarer Zeit können Sie die gesamte Aktivität auf einmal durchführen oder sie in zwei Teile teilen: 1. und 2. Schritt und 3. und 4. Schritt. Sollten Sie mit einer kleinen Gruppe arbeiten, können Sie alle Fragen im Plenum und nicht in Kleingruppen bearbeiten.



## AKTIVITÄT 2: Über Fleisch diskutieren

### Überblick:

Diese Aktivität ist eine interaktive Diskussion, bei der die Teilnehmer\_innen ausdrücken, ob sie einer Aussage zum Thema Fleisch zustimmen oder nicht, indem sie sich entlang einer imaginären Linie aufstellen. Nach jeder Aussage gibt es die Möglichkeit, über die Positionen zu diskutieren.

### Ziele:

- Über die eigene Meinung und Auffassung der Fleischproduktion und des Fleischkonsums nachdenken;
- An einer lebhaften, aber strukturierten Diskussion über die verschiedensten Aspekte von Fleisch teilnehmen.

**Zeitbedarf:** 20 Minuten

**Gruppengröße:** 10 – 30 Personen

**Altersgruppe:** 12+

### Benötigte Materialien:

- Liste der Aussagen
- Schilder mit „Stimme zu“ und „Stimme nicht zu“

### Vorbereitung:

Kleben Sie die beiden Schilder „Stimme zu“ und „Stimme nicht zu“ auf zwei gegenüberliegende Wände im Raum. Bereiten Sie die Liste der Aussagen vor. Sie können die Aussagen auch größer ausdrucken, sodass die Teilnehmer\_innen sie vorlesen können.

### Anleitung:

**1. Schritt:** Erklären Sie der Gruppe, dass zwischen den beiden Schildern — den Extremen „Stimme zu“ und „Stimme nicht zu“ — eine imaginäre Linie ist. Lesen Sie die Aussagen vor. Die Teilnehmer\_innen stellen sich je nachdem, wie stark sie der Aussage zustimmen oder nicht, an die entsprechende Position entlang der Linie.

**2. Schritt:** Nachdem alle Teilnehmer\_innen ihren Platz auf der Linie gefunden haben, bitten Sie einen Freiwilligen oder eine Freiwillige von jeder Seite, seine Position zu erklären. Lassen Sie die Gruppe über die Positionen diskutieren.

**3. Schritt:** Nachdem einige Teilnehmer\_innen zu Wort gekommen sind, fragen Sie, ob jemand seine Position aufgrund der Argumente, die er / sie gehört hat, verändern möchte. Fahren Sie dann mit der nächsten Aussage fort.

### Nachbereitung und Reflexion:

Vorrangiges Ziel dieser Aktivität ist es, eine Diskussion in einem sicheren und kontrollierten Rahmen anzuregen. Sie können eine kurze Reflexion anleiten, indem Sie folgende Fragen stellen:

- *War es einfach, euch entlang der imaginären Linie zu positionieren? Warum? Warum nicht?*
- *Hat euch die Diskussion dazu veranlasst, über etwas nachzudenken, worüber ihr euch vorher noch nie Gedanken gemacht habt?*

### Tipps für die Umsetzung & Varianten:

Sollten alle Teilnehmer\_innen an einem Ende der Linie stehen, bitten Sie einen Freiwilligen / eine Freiwillige, die entgegengesetzte Meinung zu vertreten. Wie könnte diese formuliert werden? Welche Argumente könnte es dafür geben? Erinnern Sie die Teilnehmer\_innen daran, dass sie ihre Position ändern dürfen, während sie den Argumenten der anderen zuhören. Erinnern Sie die Gruppe auch daran, dass es bei dieser Aktivität nicht darum geht, die richtige Antwort auf eine Frage zu wissen, sondern nur darum, über verschiedene Meinungen zu diskutieren und Argumente auszutauschen.

## ARBEITSBLÄTTER

### AUSSAGEN

1. Es ist gut, dass Fleisch heutzutage relativ billig ist.
2. Die Massenproduktion von Tierfutter, wie etwa Soja, ist eine gute Geschäftsmöglichkeit.
3. Es ist wichtiger, Fleisch aus der Region zu kaufen als Bio-Fleisch.
4. Ich esse gerne weniger Fleisch, um zum Klimaschutz beizutragen.
5. Ich esse gerne regelmäßig dieselbe Art von Fleisch.
6. Es berührt mich nicht, wie Tiere gefüttert und gehalten werden.





**STIMME ZU**

**STIMME**

**NICHT ZU**

## TEIL 2: THEMEN RUND UMS FLEISCH VERTIEFEN

### AKTIVITÄT 3: Was steckt hinter einem Burger?

#### Überblick:

Bei dieser Aktivität handelt es sich um ein Quiz, bei dem die Teilnehmer\_innen in Kleingruppen Zahlen und Fakten zur Fleischproduktion und zum Fleischkonsum kennenlernen.

#### Ziele:

- Über Zahlen und Fakten des Geschäfts mit Fleisch nachdenken;
- Sich über wirtschaftliche, soziale und umweltbezogene Auswirkungen dieser Fakten Gedanken machen.

**Zeitbedarf:** 30 Minuten

**Gruppengröße:** 10 – 30 Personen

**Altersgruppe:** 12+

#### Benötigte Materialien:

- Quizbögen
- Lösungen der Quizfragen

#### Vorbereitung:

Kopieren Sie die Quizbögen so oft, dass jede Kleingruppe oder jeder Teilnehmer / jede Teilnehmerin eine Kopie bekommt. Bereiten Sie das Antwortblatt vor, sodass Sie es griffbereit haben.

#### Anleitung:

**1. Schritt:** Teilen Sie die Teilnehmer\_innen in Kleingruppen mit je 3 oder 4 Personen. Geben Sie jeder Gruppe einen Quizbogen. Die Teilnehmer\_innen bekommen 10 Minuten Zeit, um alle Fragen zu beantworten.

**2. Schritt:** Wenn alle Gruppen alle Fragen beantwortet haben, besprechen Sie die Antworten. Lesen Sie jeweils eine Frage vor und bitten Sie einen Freiwilligen oder eine Freiwillige aus jeder Kleingruppe, dem Rest der Gruppe ihre Antwort zu sagen. Sie können dem Gewinnerteam einen kleinen Preis verleihen.

**3. Schritt:** Bitten Sie die Teilnehmer\_innen, über die Zahlen nachzudenken und dabei die Umweltauswirkungen sowie die soziale und wirtschaftliche Dimension zu bedenken.

#### Nachbereitung und Reflexion:

Bilden Sie einen Kreis und sprechen Sie über den Verlauf der Aktivität und die Ergebnisse:

- *Fandet ihr das Quiz schwierig? Hat euch etwas überrascht oder gab es etwas, das ihr nicht erwartet hattet?*
- *Was bedeuten diese Zahlen für uns? Welchen Einfluss hat das auf unseren Fleischkonsum (unseren individuellen Fleischkonsum und allgemeiner, den Fleischkonsum in unserem Land)?*
- *Welche großen Herausforderungen erkennen wir? Wissen die Menschen darüber Bescheid?*

#### Tipps für die Umsetzung & Varianten:

- *Sollten Sie mit einer kleinen Gruppe arbeiten, können Sie Paare bilden oder die Quizfragen in Einzelarbeit lösen lassen.*
- *Fördern Sie die Diskussion, indem Sie der Gruppe Fragen zur sozialen und wirtschaftlichen Dimension sowie zu Umweltaspekten stellen.*
- *Sie können den Schwerpunkt der Diskussion auch auf nur eine dieser drei Dimensionen legen.*



## ARBEITSBLÄTTER

### QUIZ — WAS STECKT HINTER EINEM BURGER?

#### 1. Wie viel kg Huhn essen die Menschen pro Jahr:

##### a. In den USA?

- i. 2,4 kg pro Person / Jahr
- ii. 15,6 kg pro Person / Jahr
- iii. 23,6 kg pro Person / Jahr
- iv. 50,1 kg pro Person / Jahr

##### b. In der EU (Durchschnitt)?

- i. 2,4 kg pro Person / Jahr
- ii. 15,6 kg pro Person / Jahr
- iii. 23,6 kg pro Person / Jahr
- iv. 50,1 kg pro Person / Jahr

##### c. In Indien?

- i. 2,4 kg pro Person / Jahr
- ii. 15,6 kg pro Person / Jahr
- iii. 23,6 kg pro Person / Jahr
- iv. 50,1 kg pro Person / Jahr

#### 2. JBS ist der größte Fleischproduzent der Welt.

##### a. Wo hat das Unternehmen seinen Sitz?

- i. USA
- ii. China
- iii. Brasilien
- iv. Dänemark

##### b. Wie hoch ist der Jahresumsatz von JBS?

- i. 8,2 Milliarden \$
- ii. 13,5 Milliarden \$
- iii. 32,5 Milliarden \$
- iv. 38,7 Milliarden \$



**3. Mit zunehmender Industrialisierung der Fleischproduktion gibt es eine immer stärkere Trennung zwischen der Zucht der Tiere und der Futtermittelproduktion. Warum ist das ein Problem?**

- i. Lange Transportwege des Futters zu den Tieren
- ii. Der Stallung kann nicht als Dünger für die Felder verwendet werden und stattdessen muss künstlicher Dünger eingesetzt werden
- iii. Die Tiere werden mit Industriefutter gefüttert, was nicht sehr gesund ist
- iv. Die Tiere fressen das Futter, das sie bekommen, vielleicht nicht gerne

**4. Welche Fläche Land wird für die folgenden Gerichte benötigt?**

**a. Eine Portion Schweinsbraten:**

- i. 1,15 m<sup>2</sup>
- ii. 2,26 m<sup>2</sup>
- iii. 3,12 m<sup>2</sup>
- iv. 3,61 m<sup>2</sup>

**b. Ein Hamburger:**

- i. 1,15 m<sup>2</sup>
- ii. 2,26 m<sup>2</sup>
- iii. 3,12 m<sup>2</sup>
- iv. 3,61 m<sup>2</sup>

**c. Eine Bratwurst:**

- i. 1,15 m<sup>2</sup>
- ii. 2,26 m<sup>2</sup>
- iii. 3,12 m<sup>2</sup>
- iv. 3,61 m<sup>2</sup>

**5. Welche Rinderrasse wird weltweit am häufigsten gezüchtet?**

- i. Holstein-Friesian Rinder
- ii. Ayrshire Rinder
- iii. Black Angus Rinder
- iv. Brown-Swiss Rinder

**Viel Glück!**

## LÖSUNGEN DER QUIZFRAGEN

### 1. Wie viel kg Huhn essen die Menschen pro Jahr:

#### a. In den USA?

iv. 50,1 kg pro Person / Jahr

#### b. In der EU (Durchschnitt)?

iii. 23,6 kg pro Person / Jahr

#### c. In Indien?

i. 2,4 kg pro Person / Jahr

### 2. JBS ist der größte Fleischproduzent der Welt.

#### a. Wo hat das Unternehmen seinen Sitz?

iii. Brasilien

#### b. Wie hoch ist der Jahresumsatz von JBS?

iv. 38,7 Milliarden \$

JBS wurde 1953 gegründet und ist weltweit der größte Fleischproduzent sowie das Unternehmen mit der größten Schlachtkapazität. Es übernahm vor Kurzem die Rindfleisch-Sparte des US-Unternehmens Smithfield Foods und die Schweinefleisch- und Geflügelsparten von Malfrig aus Brasilien.

### 3. Mit zunehmender Industrialisierung der Fleischproduktion gibt es eine immer stärkere Trennung zwischen der Zucht der Tiere und der Futtermittelproduktion. Warum ist das ein Problem?

ii. Der Tierdung kann nicht als Dünger für die Felder verwendet werden und stattdessen muss künstlicher Dünger eingesetzt werden

### 4. Welche Flächen Land werden für die folgenden Gerichte benötigt?

#### a. Eine Portion Schweinsbraten:

iii. 3,12 m<sup>2</sup>

#### b. Einen Hamburger:

iv. 3,61 m<sup>2</sup>

#### c. Eine Bratwurst:

ii. 2,26 m<sup>2</sup>

### 5. Welche Rinderrasse wird weltweit am häufigsten gezüchtet?

i. Holstein-Friesian Rinder

## AKTIVITÄT 4: GVO — Nachrichtensendung

### Überblick:

Bei dieser Aktivität erarbeiten die Teilnehmer\_innen eine eigene Nachrichtensendung und tragen diese „im Fernsehen“ vor. In den Berichten werden die Vorteile und Gefahren genetisch veränderter Organismen (GVO) im Tierfutter behandelt.

### Ziele:

- Das Thema „genetisch veränderte Organismen und deren Auswirkungen auf unsere Gesundheit“ kennenlernen;
- Über Verzerrungen in den Medien und von veröffentlichter Information nachdenken.

**Zeitbedarf:** 60 Minuten

**Gruppengröße:** 10 – 30 Personen

**Altersgruppe:** 12+

### Benötigte Materialien:

- Kopien des Textes „Der Einsatz von GVO in der Fleischproduktion“
- Tisch mit dunklem Tischtuch
- Schild mit der Aufschrift „Abendnachrichten aus der Region xy“

### Vorbereitung:

Kopieren Sie den Text für die Teilnehmer\_innen. Bereiten Sie den Raum so vor, dass es wie in einem Fernsehstudio aussieht. Bitten Sie, wenn Sie möchten, die Teilnehmer\_innen dabei um Hilfe. Je nach Gruppe und deren Interesse können Sie sich dabei kreativ austoben!

### Anleitung:

**1. Schritt:** Teilen Sie die Teilnehmer\_innen in zwei kleinere Gruppen (oder in vier Gruppen). Beide Gruppen lesen den Text „Der Einsatz von GVO in der Fleischproduktion“. Geben Sie einer Gruppe die Aufgabe, einen Fernsehbericht über die Vorteile von GVO vorzubereiten, die zweite Gruppe soll sich in ihrem Nachrichtenbeitrag mit den Gefahren und Problemen von GVO beschäftigen. Erklären Sie den Gruppen, dass die Beiträge für die Sendung „Abendnachrichten aus der Region xy“ sind. Geben Sie den Gruppen 30 Minuten Zeit, um die Beiträge vorzubereiten und zu üben. Sie können ihnen dafür Kreativ- und Bastelbedarf zur Verfügung stellen. Jede Gruppe wählt ein Gruppenmitglied, das den Beitrag präsentiert.

**2. Schritt:** Bereiten Sie einen Tisch mit dunklem Tischtuch als Tisch für die Nachrichtensprecher\_innen vor. Stellen Sie das Schild mit dem Namen der Sendung vor den Tisch und / oder dekorieren Sie das „Studio“ auf eine andere kreative Weise, die der Gruppe Spaß macht. Sie können selbst die Rolle des Nachrichtensprechers / der Nachrichtensprecherin übernehmen, der / die die Eilmeldung über genetisch veränderte Organismen ankündigt und das Wort an die erste Gruppe gibt. Der Vertreter / die Vertreterin der ersten Gruppe präsentiert den Bericht, während alle anderen Teilnehmer\_innen das Fernsehpublikum sind.

**3. Schritt:** Bitten Sie die zweite Gruppe, ihre Version der Geschichte zu präsentieren. Daraufhin bitten Sie die Teilnehmer\_innen, einen Kreis zu bilden und zu besprechen, was ihnen gefallen hat und welche Unterschiede es zwischen den beiden Berichten gab. Welcher der Berichte war glaubwürdiger? Sprechen Sie darüber, dass die Medien und Nachrichtenbeiträge häufig nur eine Seite einer Geschichte zeigen, und darüber, wie viel Macht hinter der Auswahl von Informationen steckt.



## Nachbereitung und Reflexion:

- *Wie hat es euch gefallen, eure Sicht der Geschichte zu präsentieren?*
- *Was hat euch überrascht?*
- *Wer hätte eurer Meinung nach Interesse daran, die eine oder die andere Version der Geschichte im Fernsehen zu senden?*
- *Kennt ihr andere Beispiele verzerrter Berichterstattung? In wessen Interesse waren diese?*
- *Welche der beiden Versionen würde eher im echten Fernsehen gezeigt werden? Warum glaubt ihr das?*
- *Was ist eure Meinung zu GVO und zum Verzehr von Fleisch, das GVO enthält?*
- *Was habt ihr aus dieser Aktivität gelernt?*

## Tipps für die Umsetzung & Varianten:

Je nach Gruppengröße können Sie die Gruppe in vier Kleingruppen teilen und je zwei Gruppen am Bericht über die Vorteile und zwei an einer Version über die Risiken arbeiten lassen.

## Der Einsatz von GVO in der Fleischproduktion

*Originalbeitrag aus: Fleischatlas. Daten und Fakten über Tiere als Nahrungsmittel. Heinrich Böll Stiftung, Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland, Le Monde diplomatique. Berlin 2014 Seite 28-29.*

Die Massentierhaltung in der Europäischen Union basiert zu einem großen Teil auf der Verfütterung von Sojabohnen und vor allem von genmanipuliertem Soja. Die einzige „positive“ Auswirkung dieses gentechnischen Verfahrens besteht darin, dass es die Sojapflanze resistent gegen Glyphosat macht. Dies ist ein Breitspektrum-Herbizid, das jede Pflanze auf einem Feld tötet, die nicht durch Genmanipulation immunisiert wurde. Glyphosat ist weltweit das meistverkaufte chemische Pflanzenvernichtungsmittel. In den 1970er Jahren vom US-Unternehmen Monsanto zum Patent angemeldet, wird es unter dem Markennamen Roundup vermarktet. Monsanto, der größte Saatguthersteller der Welt, erzeugt mehr als die Hälfte des weltweit verwendeten Glyphosats. Im Jahr 2011 erwirtschaftete das Unternehmen mit dieser Substanz 27 Prozent seines Umsatzes. [...] Monsanto führte Getreidesorten ein, die als „Roundup Ready“ bezeichnet werden und mittels Gentechnik resistent gegen Glyphosat gemacht worden waren. Mit dem Versprechen eines einfachen Programms zur Unkrautbekämpfung ermuntert Monsanto nun die Landwirte, die Soja, Mais, Baumwolle und Zuckerrüben aus der Roundup-Ready-Produktreihe anzubauen, auch das dazugehörige Herbizid vom selben Unternehmen zu kaufen. Zurzeit sind rund 85 Prozent der weltweit angebauten genmanipulierten Getreidearten resistent gegen Herbizide, wie auch die meisten Roundup-Ready-Pflanzen von Monsanto. 2012 machten Roundup-Ready-Sojabohnen weltweit fast die Hälfte aller angebauten genmanipulierten Getreidepflanzen aus. In Nord- und Südamerika auf einer Gesamtfläche von rund 85 Millionen Hektar geerntet, werden sie vor allem nach China und in die EU exportiert und bei der Massenhaltung von Geflügel, Schweinen und Rindern als Futtermittel verwendet.

Zwar sind die Pflanzen resistent gegen Glyphosat, sie nehmen das Herbizid aber auf. Die Rückstände bleiben in Essen und Futter mindestens ein Jahr lang stabil erhalten, selbst dann, wenn die Nahrung gefroren oder getrocknet wird. Nutztiere speichern die Chemikalie. Studien haben ergeben, dass in Milch, Eiern, der Leber und den Nieren auch dann geringfügige Restmengen an Glyphosat nachweisbar sein können, wenn die Tiere nur die zulässige Menge der Substanz mit der Nahrung aufgenommen haben.

Die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) will sich jetzt mit dem Thema befassen.

Im Jahr 1996 erhöhte die US-Umweltbehörde EPA die gesetzlich festgeschriebene Höchstgrenze für Glyphosat-Rückstände in Sojabohnen von 0,1 auf 20 Milligramm/Kilogramm, was daraufhin auch international als zulässiger Höchstwert anerkannt wurde. Dies geschah im selben Jahr, in dem auch die ersten genmanipulierten Getreidearten angebaut wurden. Es gibt Hinweise darauf, dass sich eine Woche nachdem ein Mensch Glyphosat zu sich genommen hat, noch 1 Prozent der Substanz im Körper befindet. Und da das Herbizid so breit angewendet wird, sind ihm die meisten Menschen regelmäßig ausgesetzt. Noch nie aber wurde untersucht, wie viele Menschen welche Mengen über einen längeren Zeitraum im alltäglichen Leben zu sich nehmen und was das bedeutet.



**AKTIVITÄT 5: Talkshow Fleischproduktion****Überblick:**

Bei dieser Aktivität inszenieren die Teilnehmer\_innen eine Talkshow, bei der verschiedene Interessensgruppen der globalen Fleischindustrie vertreten sind. Das Format der Talkshow ermöglicht eine Diskussion mit äußerst unterschiedlichen Standpunkten, bei der verschiedene Interessen, Risiken, Vorteile und mögliche Lösungen aufgezeigt werden.

**Ziele:**

- Die verschiedensten Meinungen und Haltungen in der globalen Fleischindustrie zusammenbringen und sie aus unterschiedlichen Perspektiven betrachten;
- Ideen für mögliche Lösungen und Vorgehensweisen in der Fleischindustrie sammeln.

**Zeitbedarf:** 40 Minuten**Gruppengröße:** 10 – 30 Personen**Altersgruppe:** 12+**Benötigte Materialien:**

- Rollenkarten

**Vorbereitung:**

Kopieren Sie die Rollenkarten sodass Sie genügend Karten für alle Teilnehmer\_innen haben. Stellen Sie sechs Stühle in einem Halbkreis oder in einer anderen Form auf, die sich für eine Talkshow eignet.

**Anleitung:**

**1. Schritt:** Teilen Sie die Teilnehmer\_innen in sechs Kleingruppen. Jede Gruppe (auch wenn diese nur aus zwei Personen besteht) bekommt eine Rolle. Teilen Sie die Rollenkarten aus und bitten Sie die Gruppen, ihre Rollen zu lesen und über ihre wichtigsten Argumente und Positionen zu sprechen.

**2. Schritt:** Die erste Runde der Talkshow beginnt mit einem Vertreter oder einer Vertreterin jeder Gruppe. Der Moderator / die Moderatorin stellt hauptsächlich die Fragen, die Talkshowgäste und das Publikum können sich jedoch ebenfalls einbringen.

**3. Schritt:** Nachdem alle Talkshowgäste ein paar Mal zu Wort gekommen sind, wird die nächste Gruppe gebeten, die erste zu ersetzen und die Diskussion dort weiterzuführen, wo die erste Gruppe aufgehört hat, bis alle an der Reihe waren und ihre Meinung kundtun konnten.

**Nachbereitung und Reflexion:**

- *Was hat euch überrascht?*
- *Was war am schwierigsten?*
- *Welche Meinung fandet ihr am überzeugendsten?*
- *Hattet ihr das Gefühl, dass euch die anderen zuhören? Habt ihr es geschafft, mit euren Argumenten Einfluss auf die Diskussion zu nehmen?*
- *Wie glaubt ihr, läuft eine solche Diskussion im echten Leben ab?*
- *Was glaubt ihr, wären in der Fleischindustrie Schritte in die richtige Richtung?*

**Tipps für die Umsetzung & Varianten:**

- *Sie können den Teilnehmern und Teilnehmerinnen die Aufgabe geben, sich weitere Rollen zu überlegen und diese zu spielen.*
- *Die Personen, die die Rolle der Konsumenten und Konsumentinnen spielen, können auch ihre eigene Meinung vertreten.*

## ARBEITSBLÄTTER

### ROLLENKARTEN

#### **Biobauer / Biobäuerin in Europa**

Du hast einen kleinen Biobauernhof, auf dem du Gemüse anbaust und Hühner und Milchkühe hältst. Deine Tiere grasen auf deinen eigenen Feldern und werden mit nicht genetisch veränderten Futtermitteln gefüttert. Du bist der Meinung, dass eine naturnahe Landwirtschaft wichtig ist, um Produkte in bester Qualität zu erzeugen und auch, um das Beste für die Gesundheit der Konsumenten und Konsumentinnen zu tun. Die Qualität hat oberste Priorität, auch wenn diese ihren Preis hat. Deine Produkte sind teurer als die aus herkömmlichen Landwirtschaften, ihr versucht jedoch, vor allem den lokalen Markt anzusprechen.

#### **Großer Fleischproduzent in Europa**

Du produzierst sehr große Mengen Hühner- und Schweinefleisch. Deine Produkte werden innerhalb der EU aber auch in Nicht-EU-Länder exportiert. Du profitierst von billigem Tierfutter, das vor allem auf genetisch verändertem Soja basiert, da es aber keine Gesetze gibt, die dir vorschreiben, das Fleisch entsprechend zu kennzeichnen, wissen die Kunden und Kundinnen das nicht einmal. Zu deinem Glück profitierst du auch sehr von EU-Subventionen, sodass deine Produktionskosten noch geringer sind. Überschüssige Fleischteile wie Hähnchenflügel verschiffst du nach Afrika, denn anderenfalls müsstest du für eine sichere Entsorgung dieser bezahlen.

Deine größte Konkurrenz ist in China und Brasilien, du hoffst jedoch, dass dein Unternehmen weiterhin seine Stärke beweisen kann.

#### **Kleiner Geflügelbauer / kleine Geflügelbäuerin in Ghana**

Deine Familie besitzt einen kleinen Geflügelhof mit Hühnern in einem Dorf in Ghana. Im Laufe der Jahre hast du es geschafft, dich zu beweisen und auf einem lokalen Markt Hühnerfleisch in guten Mengen zu verkaufen. Seit Kurzem werden die Preise jedoch durch Importe aus Europa extrem gedrückt — du kannst nicht länger mithalten.

#### **Großer Fleischproduzent in China**

Dein Fleischproduktionsunternehmen ist in den letzten fünf Jahren kontinuierlich gewachsen. Du hast es geschafft, die Fleischsparten anderer chinesischer und US-amerikanischer Unternehmen zu übernehmen und bist zu einem zuverlässigen Lieferanten für Fastfood-Restaurants in China geworden, von denen es immer mehr gibt. Du exportierst Fleisch weltweit. Deine Futtermittel bekommst du vor allem aus Brasilien und Argentinien.

Du bist davon überzeugt, dass die Industrialisierung der Fleischproduktion die Zukunft ist, auch wenn sie Umweltprobleme mit sich bringt.

#### **Konsument\_in in Europa**

Als Konsument oder Konsumentin ist dir gesundes und sauberes Essen wichtig. Du hast vor Kurzem von den Gefahren genetisch veränderter Sojabohnen und anderer Futtermittel sowie deren Rückständen im Fleisch gehört. Du versuchst jetzt, wenn möglich Bioprodukte zu essen. Du bist auch skeptisch was den Einsatz von Antibiotika in der Fleischproduktion angeht. Viele deiner Freunde und Freundinnen ernähren sich vegetarisch und du glaubst, die einzige Möglichkeit, einen nachhaltigeren Lebensstil zu erreichen, ist es, unseren Fleischkonsum zu reduzieren und auf lokale und biologische Produktion zu bestehen.



## **Moderator\_in**

Du möchtest, dass deine Gäste miteinander sprechen und diskutieren. Diese Fragen helfen, die Diskussion in Gang zu bringen:

- Was ist eure Meinung dazu, dass die Fleischproduktion immer mehr in Richtung Großunternehmen geht?
- Sind damit irgendwelche Gefahren verbunden? Wie sieht es mit genetisch verändertem Getreide aus? Was ist mit Antibiotika?
- Wie geht ihr mit Bedenken hinsichtlich der Umwelt um?
- Wie befriedigt ihr die Bedürfnisse der Konsumenten und Konsumentinnen?
- Warum kaufen nicht alle Konsumenten und Konsumentinnen Bio-Fleisch?
- Wie könnten wir Geflügelbauern und -bäuerinnen in Ghana schützen?

## **TEIL 3: WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN**

- <http://www.foeeurope.org/meat-atlas>
- <https://www.oxfam.org.au/grow/>
- <http://www.fao.org/ag/againfo/themes/en/meat/home.html>

## Kapitel 7 • **Werde aktiv!**



### INHALT

<b>TEIL 1: „MAKE CHOCOLATE FAIR!“</b>	<b>150</b>
1. FORDERUNGEN	151
2. HINTERGRUNDINFORMATIONEN - SCHOKOLADEANBAU	152
<b>TEIL 2: AKTIVIST_INNEN HANDBUCH</b>	<b>153</b>
3. 10 SCHRITTE ZUR ERFOLGREICHEN AKTION	153
4. PRAKTISCHE ANWENDUNG DER KAMPAGNE	155
5. WEITERE BEISPIELE KREATIVER STRASSENAKTIONEN	160
6. WIE KANN ICH BEI SÜDWIND AKTIV WERDEN	163

## „MAKE CHOCOLATE FAIR!“ - KAMPAGNE FÜR MEHR GERECHTIGKEIT IN DER KAKAO-WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Schokolade ist eine der beliebtesten Süßigkeiten weltweit. Der Absatz von Schokolade ist in Europa mit 50 Prozent Anteil am Weltmarkt am höchsten, gefolgt von den USA mit 22 Prozent. Der süße Genuss hat jedoch einen bitteren Beigeschmack: Millionen von Kleinbauern und -bäuerinnen produzieren den Kakao für unsere Schokolade unter menschenunwürdigen Lebens- und Arbeitsbedingungen.

Gemeinsam mit drei Organisationen in Deutschland, Tschechien und Estland implementiert Südwind die Kampagne „Make Chocolate Fair!“ (MCF) zwischen 2013 und 2015 in 16 EU-Ländern. Ziel ist es, allein in Österreich über 120.000 junge Menschen im Alter von 18 bis 35 Jahre für die menschenunwürdigen Arbeits- und Lebensbedingungen von Kakaobauern und -bäuerinnen im globalen Süden zu sensibilisieren, sie als MultiplikatorInnen das Thema zu begeistern und somit den Druck auf europäische Schokoladenunternehmen zu erhöhen, damit diese ihren Anteil an fair-gehandelter Schokolade steigern.



**Dazu wurde eine gemeinsame Petition erarbeitet, die konkrete soziale und ökologische Standards von den Schokoladenunternehmen einfordert:**

- faire und angemessene Bezahlung,
- Einhaltung von Menschen- und Arbeitsrechten und Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit,
- Unterstützung für eine nachhaltige, diversifizierte und umweltschonende Landwirtschaft und
- ein unabhängiges Zertifizierungs- und Kontrollsystems.

Mit der Kampagne soll ein entscheidender Schritt gesetzt werden, um die Lebens- und Arbeitsbedingungen von Kakaobauern zu verbessern (MDG 1); um Konzepte des Fairen Handels bekannter zu machen und um zivilgesellschaftliche Positionen zu den Problemen im Kakaosektor gegenüber Politik und Wirtschaft zu stärken.

**Konkrete Maßnahmen der Kampagne sind:**

- eine Reihe von Informationsveranstaltungen in ganz Österreich (u.a. Podiumsdiskussionen, Infostände, Filmabende, Choco-Mobil-Tour, Wanderausstellungen, Speakers-Tour mit ExpertInnen aus Ghana und der Elfenbeinküste);
- diverse Informationsmaterialien (u.a. Factsheets, Sonderbeilagen, Flyer);
- kreative Straßenaktionen;
- Öffentlichkeitsarbeit;
- Durchführung von Workshops für AktivistInnen und MultiplikatorInnen,
- Vernetzung von NGO's und Lobbying.

**Informationen zur Kampagne unter [at.makechocolatefair.org](http://at.makechocolatefair.org).**

## 1. FORDERUNGEN

### Faire Bezahlung

Schokoladenunternehmen müssen ein ausreichendes Einkommen für Kleinbauern und -bäuerinnen und ihre Angestellten garantieren. Dieses muss ihnen und ihren Familien ein menschenwürdiges Leben ermöglichen und den Lebenshaltungskosten des jeweiligen Landes entsprechen. Insbesondere in Westafrika liegt das durchschnittliche Einkommen der Bauern und Bäuerinnen und ihrer Arbeiter\_innen momentan weit unterhalb der absoluten Armutsgrenze. Viele müssen mit weniger als 1,25 US-Dollar pro Tag auskommen.

Eine faire Bezahlung heißt: Das Einkommen muss zumindest die Grundbedürfnisse decken. Hierzu zählen eine angemessene Unterkunft, gesunde Nahrung, sauberes Trinkwasser, eine ausreichende Gesundheitsvorsorge, Bildung sowie die Möglichkeit, Steuern und Transportkosten zu begleichen.

Erst wenn Unternehmen einen fairen Preis für Kakaobohnen zahlen, können Kakaobauern und -bäuerinnen ein ausreichendes Einkommen erzielen. Nur so können sie existenzsichernde Löhne an ihre Arbeiter\_innen zahlen, auf Kinderarbeit in der Kakaoproduktion verzichten und die Schulkosten für ihre Kinder aufbringen.

### Einhaltung der Menschen- und Arbeitsrechte

Schokoladenunternehmen müssen die Einhaltung der Menschenrechte und menschenwürdige Arbeitsbedingungen innerhalb der Kakao- und Schokoladenproduktion ohne Einschränkungen gewährleisten. Das heißt, dass sie die international anerkannten Prinzipien der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen (UN) und die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) respektieren und aktiv umsetzen.

Allein in der Elfenbeinküste und in Ghana arbeiten fast zwei Millionen Kinder auf Kakaoplantagen, Hunderttausende davon unter Bedingungen, die nach internationalen Standards verboten sind. Die Schokoladenunternehmen müssen daher in ihrer gesamten Zulieferkette uneingeschränkt das Verbot von Kinderarbeit gemäß der ILO-Konventionen 182 und 138 einhalten.

### Nachhaltige und diversifizierte Landwirtschaft

Schokoladenunternehmen müssen zum Erhalt eines intakten Ökosystems und zum Klimaschutz sowie zu einer guten Wasser- und Bodenqualität beitragen, indem sie eine nachhaltige Kakaoproduktion fördern. Außerdem müssen sie das Wissen und die Fähigkeiten von Kleinbauern und -bäuerinnen zur landwirtschaftlichen Diversifizierung stärken, da diese eine entscheidende Rolle bei der Verbesserung der Lebenssituation spielt: Wenn Bauern und Bäuerinnen verschiedene Agrarprodukte anbauen, sind sie weniger abhängig vom Kakaoanbau und können ihr Einkommen stabilisieren.

Die Kultivierung verschiedener Nutzpflanzen bietet Schutz vor Wetterextremen, fängt die negativen Effekte großer Preisschwankungen auf und stärkt die Ernährungssicherheit des jeweiligen Landes. Schokoladenunternehmen müssen zur Gewährleistung von Nachhaltigkeit und Diversifizierung regelmäßige Schulungen der Kakaoproduzent\_innen sicherstellen.

### Unabhängiges Zertifizierungssystem

Schokoladenunternehmen müssen zur Umsetzung der obenstehenden Forderungen ein unabhängiges Zertifizierungssystem und ein externes Monitoring in ihrer Produktion anwenden. Nur so kann die Einhaltung der sozialen und ökologischen Standards garantiert werden.

Der Anteil zertifizierter Schokoladenprodukte in der Gesamtproduktion ist immer noch sehr gering. Schokoladenproduzenten müssen ihren Erwerb von zertifiziertem Kakao daher substantziell erhöhen. Mittelfristig muss ihr gesamtes Sortiment kakaohaltiger Produkte von unabhängigen Zertifizierungsorganisationen geprüft werden.



## 2. ZUM HINTERGRUND: DIE KAKAOPRODUKTION UND DIE GLOBALE SCHOKOLADEINDUSTRIE

### Kakaoproduktion

Kakao ist die wichtigste Zutat für unsere Schokolade und wird aus den Samen der Kakaofrucht (den Kakaobohnen) gewonnen. Die Kakaoproduktion beginnt in tropischen Regionen rund um den Äquator, die das für Kakaobäume passende Klima bieten. Circa 70 % der Kakaobohnen kommen aus vier westafrikanischen Ländern: Côte d'Ivoire, Ghana (gemeinsam mehr als die Hälfte!), Nigeria und Kamerun. Es folgen als nächstgrößte Anbauländer Indonesien, Nigeria, Kamerun, Brasilien und Ecuador.

Kakao wird zu 90 % in Kleinstbetrieben mit 1-5 Hektar Land angebaut, wohingegen nur 5 % von großen Plantagen mit über 40 Hektar stammen. Der Kakaoanbau sichert den Lebensunterhalt für 40 bis 50 Millionen Kleinbauern und -bäuerinnen, Arbeitskräfte und ihre Familien im Globalen Süden. In manchen westafrikanischen Ländern hängen bis zu 90 % der Bäuerinnen und Bauern von Kakao als Haupteinnahmequelle ab.

Der Kakaoanbau ist sehr arbeitsintensiv und beruht auf Handarbeit, und er erfordert kontinuierliche Aufmerksamkeit, Pflege und Ernte. Es braucht eine ganze Jahresernte eines Kakaobaumes, um ein halbes Kilo Kakao zu produzieren. Nachdem die reifen Schoten geerntet wurden, werden sie mit Macheten geöffnet und die Bohnen herausgepuhlt. Die Kakaobohnen müssen anschließend noch fermentiert, gewaschen, getrocknet und in Säcke verpackt werden. Zwischenhändler kaufen dann die Säcke mit den rohen Kakaobohnen und verkaufen sie an Exporteure. Nachdem die Kakaobohnen bei den Vermahlungsunternehmen im Globalen Norden ankommen, werden sie weiterverarbeitet. Die Bohnen werden zerstoßen und die Hüllen entfernt, geröstet und schließlich gemahlen. Das Ergebnis – Kakaomasse – wird zur Herstellung von Schokolade verwendet, oder weiter verarbeitet zu Kakaobutter und Kakaopulver.

### Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen

Das niedrige Einkommen der Kakaobauern und -bäuerinnen führt zu Verletzungen von Menschen- und Arbeitsrechten auf den Kakaofarmen. Die Kakaobauern und -bäuerinnen können ihren Arbeiter:innen keine ausreichenden Löhne bezahlen, oder ihnen keine angemessene Unterkunft und Gesundheitsversorgung bereitstellen. Sie müssen gefährliche Arbeit ohne Gesundheitsschutz verrichten und leiden unter mangelhafter Ernährung. Darüber hinaus sind sie teilweise Geschlechter- und ethnischen Diskriminierungen ausgesetzt. Den Gemeinden fehlt der Zugang zu Bildung, Trinkwasser und effektivem Community Management. Die Verarmung zwingt sie dazu, ihre Produktionskosten so weit wie möglich zu senken. Eine unerfreuliche Folge davon ist, dass Kinder unter ausbeuterischen oder gefährlichen Bedingungen auf den Kakaoplantagen arbeiten. Alleine in der Elfenbeinküste und Ghana, die hauptsächlich für den europäischen Schokoladenmarkt produzieren, arbeiten etwa zwei Millionen Kinder, Hunderttausende von ihnen unter ausbeuterischen Bedingungen.

Ein Viertel aller Kinder im Alter von fünf bis siebzehn Jahren, die in den Kakaoanbaugebieten in Westafrika leben, sind in die Kakaoproduktion eingebunden. In den meisten Fällen arbeiten sie in den Familienbetrieben gemeinsam mit ihren Eltern. Es ist normal, wenn Kinder ihre Eltern unterstützen und so zum Haushaltseinkommen beitragen, aber es ist inakzeptabel und gilt als ausbeuterisch, wenn diese Arbeit der physischen oder psychischen Gesundheit der Kinder schadet, gefährlich ist oder sie davon abhält, die Schule zu besuchen. Kinderhandel ist ein weiteres Problem, das immer noch im Kakaoanbau existiert: Insbesondere in der Elfenbeinküste werden Kinder aus Nachbarländern für wenig Geld von Händlern gekauft und als billige Arbeitskräfte ausgebeutet. Ausbeuterische Arbeitsbedingungen, Kinderhandel und Kindersklaverei sind ernsthafte Menschenrechtsverletzungen und sind nach den Konventionen 182 und 138 der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) verboten.

## AKTIVIST\_INNEN HANDBUCH

### 3. 10 Schritte zur erfolgreichen Aktion

#### 1. DIE GRÜNDUNG EINER PLANUNGSGRUPPE

Ihr habt MitstreiterInnen gefunden und möchtet nun aktiv werden? Bestimmt auf jeden Fall eineN AktionsleiterIn, der/die den Überblick behält. Verteilt die Aufgaben genau und klärt die Rollen der jeweiligen AktivistInnen (z.B. zuständig für die Aktionsregie, Presse, Unterschriftensammlung, Dokumentation, etc). Erstellt einen Zeitplan, in dem ihr die einzelnen Schritte bis zur Aktion festlegt.

Am Ende jeder Zusammenkunft sollte klar sein: Wer? Macht was? Bis wann? Mit wem? Was wird benötigt? Wichtig: Haltet die Ergebnisse eurer Planungstreffen in einem Protokoll fest und plant genügend Vorbereitungszeit für eure Aktion ein!

#### 2. THEMENFINDUNG

Klar ist, es geht um unfaire Schokolade. Dennoch solltet ihr euch auf ein genaues Aktionsthema einigen: Wollt ihr einfach generell die Botschaft von Make Chocolate Fair! verbreiten? Oder geht es darum, ein spezifisches Problem im Kakaoanbau (z.B. ausbeuterische Kinderarbeit oder unfaire Preise) hervorzuheben? Hintergrundinformationen zu den Zielen und Forderungen der Kampagne findet ihr unter [www.de.makechocolatefair.org](http://www.de.makechocolatefair.org). Oder ruft uns an, wir unterstützen euch gerne bei der Konkretisierung eures Aktionsthemas.

Zusätzlich empfiehlt es sich zu überlegen, ob ihr einen Bezug zu einem regionalen Ereignis wie einer kulturellen oder politischen Veranstaltung oder einem Straßenfest herstellen könnt. Zaungäste mit und ohne Presseausweis finden sich so viel leichter!

#### 3. DIE ZIELGRUPPE

An wen soll sich eure Aktion richten? Definiert eure Zielgruppe und überlegt euch, wie ihr diese gut erreichen könnt. Überlegt, welche Informationen für die Zielgruppe von besonderer Bedeutung sein könnten und wie ihr diese am besten vermitteln könnt. Bei einem einkaufsfreudigen Publikum in der Fußgängerzone sind z.B. andere Informationen und Vermittlungsformen gefragt als bei Studierenden, die an einem Workshop teilnehmen. Falls ihr euch an die Presse richtet, gilt es, ein paar besondere Regeln zu beachten, damit eure Aktion für die Berichterstattung attraktiv wird (siehe dazu Schritt 9).

Egal um welche Zielgruppe es sich letztlich handelt, versucht eure Aktion spannend und ggf. interaktiv aufzubauen.

#### 4. DAS „DREHBUCH“

Bei der Durchführung von Aktionen empfiehlt sich eine Art „Drehbuch“, der den geplanten Ablauf der Aktion skizziert. Gliedert eure Aktion in verschiedene Einzelschritte und listet diese auf. Folgende Angaben gehören dazu: Chronologischer Ablauf mit Zeitangaben, die genauen Aufgaben und die dafür verantwortlichen Personen mitsamt ihrer Handynummern. Sinnvoll ist auch eine Liste von Ersatzkräften, die bei einem Ausfall kurzfristig einspringen können. Wenn ihr mit Hausmeistern, Technikern, Platzwarten, etc. zusammenarbeitet, bzw. auf deren Unterstützung angewiesen seid, lasst auch diesen das Drehbuch zukommen.

Je nach Koordinationsaufwand empfiehlt es sich, eineN RegisseurIn zu bestimmen, die die einzelnen Handlungsabläufe aufeinander abstimmt.



## 5. DER ORT

Der Ort der Aktion beeinflusst wesentlich die Art und Weise, wie ihr die Inhalte eurer Aktion transportiert. Schaut euch den Ort vorher schon mal in Ruhe an, um zu überlegen, was dort machbar ist und was nicht. Werdet ihr an diesem Ort von PassantInnen wahrgenommen? Haben diese die Möglichkeit, näher zu kommen und für ein Gespräch stehen zu bleiben? Eignet sich der Ort für ein gutes Pressefoto (siehe Seite 10)? Oder auch ganz technisch: Woher bekommt ihr Strom, falls ihr für die Aktion welchen benötigt? Kann ggf. ein Transportauto am Ort abgestellt werden? Bei Aktionen im Freien überlegt euch Ausweichmöglichkeiten für den Fall, dass es am Aktionstag regnet.

## 6. DER ZEITPUNKT

Die Wahl des richtigen Zeitpunktes ist nicht zu unterschätzen! Da ihr mit eurer Aktion möglichst viele eurer Zielgruppe ansprechen möchtet, solltet ihr darauf achten, dass keine größeren Veranstaltungen zur selben Zeit am selben Ort, bzw. in der näheren Umgebung stattfinden. Sucht euch ggf. einen bestimmten Jahrestag für eure Aktion wie z.B. den Tag der Menschenrechte oder den Tag gegen Kinderarbeit. Jahrestage sind gerade für die Presse ein guter Anlass, über eine passende Aktion zu berichten. Außerdem können hier leichter Kooperationen mit anderen Gruppen eingegangen werden. Oder wählt einen Zeitraum aus, in dem der Schokoladenkonsum besonders hoch ist wie z.B. vor Weihnachten oder Ostern.

Wichtig: Plant bei der Wahl des Zeitpunktes auf jeden Fall genug Vorbereitungszeit für die Aktion ein!

## 7. DAS MATERIAL

### Aktionsmaterial

Je origineller eure Materialien bei der Aktion sind, desto eindrucklicher ist die Wirkung. Riesentransparente, Großpuppen, Plakate, Kostüme etc. ziehen die

Aufmerksamkeit der Menschen auf sich. Es gilt die Faustregel: Je mehr Sinne angesprochen werden, desto besser. Entscheidend bei der Wahl eurer Materialien sind folgende Überlegungen: Sind die Materialien ansprechend? Passen Sie zur Thematik und zum Ort? Fühlt sich die Zielgruppe davon angesprochen?

### Werbe- und Infomaterial

Damit möglichst viele Menschen von eurer Aktion erfahren, solltet ihr im Vorfeld durch Flugblätter, Plakate und andere Informationsmaterialien darauf aufmerksam machen. Bewerbt die Aktion vor allem an Orten, wo sich eure Zielgruppe besonders häufig aufhält. Falls ihr eigene Flugblätter oder Plakate kreiert, denkt daran: Flugblätter und Plakate sollen die Leute im Vorbeigehen informieren und ihr Interesse wecken. Deshalb sollte alles Wichtige auf einen Blick zu erfassen sein! Natürlich solltet ihr nach Möglichkeit eure Aktion auch in den sozialen Netzwerken und über Email-Verteiler bekanntgeben.

INKOTA stellt euch das Make Chocolate Fair!-Logo und Textbausteine zur Kampagne gerne zur Verfügung und hilft euch bei der Werbung. Für die Aktion selbst schicken wir euch außerdem, wenn ihr wollt, Flyer, Unterschriftenlisten und Infoblätter von Make Chocolate Fair! zu.

## 8. DIE GENERALPROBE

Eine Generalprobe ist immer zu empfehlen – nicht nur dann, wenn ihr zum ersten Mal eine Aktion durchführt. Bei einer guten Aktion muss das Timing stimmen, denn verschiedene Akteure müssen präzise zusammenarbeiten. Je mehr Koordination dafür erforderlich ist, desto wichtiger wird es, die Abläufe vorher schon einmal gemeinsam durchzugehen. Denkt daran, technische Geräte nochmals auf ihre Funktionstüchtigkeit zu überprüfen!

#### 4. Praktische Anwendung der Kampagne

Es wird nun angenommen, dass eine Aktion im Rahmen der MCF-Kampagne durchgeführt werden soll. Dabei wird davon ausgegangen, dass es eine Gruppe von Aktivist\_innen gibt, die die Kampagne unterstützen möchten, weil sie es als ein Mittel sehen, globale Ungerechtigkeiten zu mindern. Aus diesem Antrieb nehmen sich die Beteiligten des Themas an und greifen vorhandene Informationsmaterialien und Möglichkeiten, anzudocken auf, die von Südwind, als Organisation, die die Kampagne durchführt, angeboten werden.

Wenn sich die Gruppe trifft und beschließt, eine Aktion umzusetzen, sind also schon einige Aspekte vorweggenommen. Für die noch offenen Schritte werden hypothetische Entscheidungen ergänzt.

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Thema und Oberziel finden</li> <li>2. Diskussion anregen</li> <li>3. Informationen sammeln und aufbereiten</li> <li>4. Stakeholderanalyse oder Umfeldanalyse</li> <li>5. Team formieren, inkl. Erwartungsabklärung</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vorgegeben durch Kampagne: Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen von Kakaobauern</li> <li>2. Möglich, aber nicht notwendig</li> <li>3. Bereitgestellt durch Kampagne</li> <li>4. Bereitgestellt durch Kampagne: Adressiert werden die internationalen Schokoladeunternehmen</li> <li>5. Alle Beteiligten entschließen sich, die Aktion gemeinsam vorzubereiten und umzusetzen.</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>6. spezifisches Ziel der Aktion definieren</li> <li>7. Zielgruppe der Aktion definieren</li> <li>8. Botschaft definieren</li> <li>9. Ideen für Aktionsformen sammeln und grob konkretisieren</li> <li>10. Gemeinsame Wahl der geeigneten Aktionsform</li> <li>11. Konkretisierung</li> <li>12. Check: „Wen treffen wir mit der Aktion?“</li> <li>13. Ressourcen-Planung</li> <li>14. Szenarien: „Was könnte schiefgehen“</li> <li>15. Vorbereitungs- und Durchführungs-Team aufstellen</li> <li>16. Rechtliches klären</li> <li>17. Gesamtkonzept check</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Gruppenentscheidung: Sensibilisierung von Bürger_innen</li> <li>7. Zielgruppe sind Passant_innen in der Innenstadt von Graz</li> <li>8. Botschaft: „In der Kakaoproduktion herrschen ausbeuterischer Verhältnisse – und wir als Konsument_innen wollen das nicht hinnehmen.“</li> <li>9. Ideen: Infotisch, Straßentheater, Unterschriftensammlung</li> <li>10. Straßentheater wird ausgewählt.</li> <li>11. Konzept: am übernächsten Samstag wird um 11:00 ein Theaterstück in einer Einkaufsstraße aufgeführt, das als Forumtheater auf ungleiche Verhältnisse und deren mögliche Auflösung hinweist. Beteiligt sind 8 Aktivist_innen (6 Schauspieler, 1 Dokumentation, 1 Koordinator_in). Das Drehbuch wird gemeinsam verfasst. Das Stück dauert 15 Minuten und wird 3 Mal aufgeführt. Zwischen den Aufführungen ist jeweils 5 Minuten Pause, in denen das Publikum informiert wird. Handlungsoptionen werden angeboten und über die MCF-Kampagne informiert.</li> </ol>



	<ol style="list-style-type: none"> <li>12. Die Aktion betrifft: unterschiedliche Passant_innen, Schokoladenverkäufer_innen, Angehörige von Kakaobauer_innen. Entsprechende Antworten werden erarbeitet.</li> <li>13. Notwendig sind: 6 Kostüme und Requisiten, 1 Camcorder</li> <li>14. Szenarien: leichter Regen (Aktion wird trotzdem gemacht), starker Regen (Abbruch) völliges Desinteresse der Passant_innen (2 Aktivist_innen springen als „Unbeteiligte“ ein), Theaterstück funktioniert nicht wie geplant und stiftet nur Verwirrung (ein Infotisch wird spontan mit den Infomaterialien und in Kostümen aufgebaut).</li> <li>15. Teams sind klar: jeweils alle bisher Beteiligten</li> <li>16. Die Aktion soll als Kundgebung angemeldet werden</li> <li>17. Konkretes Ziel und Aktionsform, Botschaft und Betroffene passen, die Gruppe hat Straßentheater-Erfahrung.</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>18. Genehmigungen einholen</li> <li>19. Scouting der Location</li> <li>20. Vernetzung durchführen</li> <li>21. Material und Finanzierung beschaffen</li> <li>22. Öffentlichkeitsarbeit durchführen</li> <li>23. Mobilisierung</li> <li>24. Aktionsmaterialien vorbereiten</li> <li>25. Informationsmaterialien für die Bevölkerung vorbereiten</li> <li>26. Persönliche und gemeinsame Vorbereitung auf Aktionssituation</li> <li>27. Unterkunft und Verpflegung vor/in/nach der Aktion regeln</li> <li>28. Kommunikationsstruktur in Aktion</li> <li>29. Aufbau</li> <li>30. letzter Check</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>18. Die Aktion wurde korrekt (als Kundgebung) angemeldet. Leider ist am gewünschten Platz bereits ein Straßenfest geplant und er steht daher nicht zur Verfügung. Die Location wurde an das andere Ende der Einkaufsstraße verlegt.</li> <li>19. Am Samstag vor der Aktion wird zur geplanten Zeit der (jetzt neue) Platz besichtigt. Er wirkt sehr geeignet: viele Passant_innen, aber kein Gedränge, keine Hektik.</li> <li>20. Da weder für die weitere Vorbereitung, noch für die Durchführung weitere Ressourcen notwendig sind, wird auf Vernetzung verzichtet. Es ist geplant, nach der Aktion die gesammelten Erfahrungen zu dokumentieren und so anderen Gruppen die Nachahmung zu erleichtern.</li> <li>21. Durch die MCF-Kampagne können Materialien für die Kostüme finanziert werden. So weit möglich, werden Textilien recycelt; Teile werden von einer früheren Aktion zu FAIRTRADE-Produkten (Bananen und Kaffee) verwendet.</li> <li>22. Vor der Aktion wird keine Öffentlichkeitsarbeit gemacht, da weder Mobilisierung notwendig ist, noch zusätzliche Zuseher_innen angelockt werden müssen.</li> </ol>

- 
23. Nicht notwendig. Zwei weitere Aktivist\_innen werden aber angefragt, ob sie bei Ausfällen einspringen können. Sie werden inhaltlich und zum Ablauf gebrieft und sind bei zumindest zwei Proben dabei.
  24. Kostüme für Kakaobauer, Kind, Zwischenhändlerin, Schokoladeunternehmer, 2 Konsumentinnen werden gebastelt; außerdem: 1 Kakaobaum, Kakaobohnen und eine riesige Schokoladentafel, eine Papp-Machete und übergroße Geldscheine. Dabei wird darauf geachtet, dass die Materialien leicht zu transportieren sind und leichtem Regen standhalten.
  25. Materialien der MFC-Kampagne werden zusammengestellt. Weitere Infoblätter werden erstellt, die das Theaterstück und die Aktivist\_innen-Gruppe betreffen. Ein größeres Info-Plakat wird laminiert, damit es besser haltbar ist.
  26. Das Theaterstück wird mehrmals geprobt. Dabei werden auch unterschiedliche Zuschauer\_innen-Reaktionen berücksichtigt. Es stellt sich heraus, dass das Stück zu lange und zu komplex ist, um von vorbeisclendernden Passant\_innen aufgenommen zu werden. Es wird überarbeitet, dauert nun ca. 7 Minuten und wird dafür 4 bis 6 Mal aufgeführt (je nach Anklang) und die Pausen werden auf 10 Minuten erweitert. Die beiden Ersatz-Schauspieler\_innen geben Feedback, wie das Stück als Ganzes wirkt. Durchdacht wird auch das Ende der Aktion (Abgang, letzte Zuschauer\_innen-Infos, Zusammenräumen).
  27. Unterkunft ist keine notwendig. Jede\_r der Beteiligten sorgt selbst für Trinkwasser. Es wird vereinbart, nach der Aktion eine Nachbesprechung in einem nahegelegenen Café durchzuführen. Ein Tisch wird reserviert.
  28. Das Team ist gut eingespielt und ist darin geübt, spontan auf unterschiedliche Situationen zu reagieren. Der/Die Koordinator\_in hat keine Rolle im Stück, sondern behält die Gesamtsituation im Blick und schreitet bei Problemen ein. Er/sie gibt Feedback zwischen den Aufführungen und ist Ansprechperson für die Exekutive und spezielle Passant\_innen. Da die Gruppe überschaubar ist und sich am gleichen Platz aufhalten wird, soll einfach mündlich kommuniziert werden.

	<p>29. Da die Requisiten leicht tragbar sind, sollen sie einfach von der Gruppe mitgebracht und vor Ort aufgestellt werden.</p> <p>30. Da die Aktion nun länger dauert, werden die Behörden über diese Änderung gegenüber der Anmeldung informiert. Auch alle Beteiligten erhalten ein Update über die Änderungen (Ort und Drehbuch). Weitere potentiell Interessierte werden von den Aktivist_innen persönlich eingeladen, als Publikum zu erscheinen.</p>
<p>31. Briefing</p> <p>32. AKTION</p> <p>33. Dokumentation</p> <p>34. Koordiniertes Ende</p> <p>35. Nachbesprechung</p> <p>36. Resultate verwenden</p>	<p>31. Am vereinbarten Tag treffen sich alle Beteiligten um 10:30 am vereinbarten Ort. Außerdem sind noch drei weitere interessierte Aktivist_innen dabei, die sich aber nicht aktiv einbringen möchten. Gemeinsam wird durchbesprochen: Anlass der Aktion („Warum sind wir eigentlich hier?) und Kurzinfos zum Hintergrund; das spezifische Ziel; der Ablauf und die Rollen aller Anwesenden; Ansprechperson für schwierige Fragen und Polizei. Um 11:00 werden dann die Requisiten vorbereitet und Kostüme angezogen.</p> <p>32. Anschließend startet der erste Durchgang des Theaterstücks. Dabei agieren die Ersatz-Schauspieler und die interessierten als scheinbar unbeteiligtes Publikum, damit auch andere Passant_innen eher stehen bleiben. Die spezielle Form des Forumtheater funktioniert nur mit ungeteilter Aufmerksamkeit und Beteiligung durch das Publikum. Beides ist schließlich in geringem Ausmaß, aber doch gegeben. Insgesamt werden die Pausen zwischen den Aufführungen verlängert und das Theaterstück leicht angepasst. Außerdem beginnen die Aktivist_innen, die keine aktive Rolle haben, Passant_innen schon während den Aufführungen zu informieren, statt bloß in den Pausen, wie ursprünglich geplant.</p> <p>33. Während der Aktion wird vom dafür Zuständigen gefilmt und fotografiert.</p> <p>34. Nach der letzten Aufführung werden drei Aktivist_innen freigestellt, um Passant_innen zu informieren und verbliebene Materialien zu verteilen. Die weiteren Anwesenden packen Requisiten und Kostüme zusammen. Abschließend wird noch ein Gruppenfoto gemacht.</p>



	<p>35. Anschließend geht die ganze Gruppe in ein Café in der Nähe, feiert die erfolgreiche Aktion und bespricht, was gut und was schlecht gelaufen ist.</p> <p>36. Da die Aktion die Sensibilisierung der Bürger_innen vor Ort zum Ziel hatte und dies schon während der Aktion erreicht wurde, wurden dadurch keine direkten Resultate erzeugt, die verwertet werden müssen. Allerdings wird aus dem Filmmaterial für die Dokumentation ein kurzer Videoclip erstellt, der auch Links und Hinweise enthält. Das war primär für interne Zwecke gedacht, nun wird das Video aber auch im Internet verbreitet, um noch mehr Menschen zu erreichen.</p>
<p>37. Ziel-Evaluierung</p> <p>38. Feiern</p> <p>39. Follow up</p>	<p>37. Bei einem nächsten Treffen wird die Aktion noch einmal mit mehr zeitlicher Distanz nachbesprochen. Das Resümee lautet, dass das Ziel der Sensibilisierung für einen kleinen Kreis von Menschen gut erreicht wurde, denn einige sind stehen geblieben, haben mitgemacht und mitdiskutiert. Weniger zufrieden ist das Team mit der Anzahl an erreichten Menschen. Allerdings soll das verbreitete Video das noch ausgleichen. Es wird vereinbart, es über alle verfügbaren Social-Media-Kanäle zu verbreiten.</p> <p>38. Der erfolgreiche Abschluss der Aktion wurde direkt nach dieser zweiten Nachbesprechung gefeiert.</p> <p>39. Weitere Aktivitäten zum Thema der Aktion sind im Rahmen der Kampagne geplant.</p>

## 5. Weitere Beispiele kreativer Straßenaktionen

In diesem Abschnitt werden einige Aktionen vorgestellt, die im Rahmen der Kampagne „Make Chocolate Fair!“ erfolgreich umgesetzt wurden. Diese Beispiele sollen der Inspiration dienen und dazu anregen, freudvolle und kreative Aktionsideen zu konzipieren. Weitere Details finden sich unter <https://suedwindaktivistinnen.wordpress.com/tag/schokolade>.

### **Nikolo-Streik: Straßenaktion in Wien im Dezember 2013**

**Spezifische Ziele der Aktion:** Passant\_innen informieren und Fotos für weitere Öffentlichkeitsarbeit generieren.

**Aktionsform:** Fotostunt mit anschließendem Umzug, Verwertung der Fotos und Öffentlichkeitsarbeit.

**Begleitaktion:** Produktion eines Videos, Verbreiten des Videos über social media-Kanäle

#### **Kurzbeschreibung:**

Aktivist\_innen verkleideten sich als Nikolos und riefen zum Streik auf. Die Nikolos wollen nicht länger unfair produzierte Schokolade verteilen. Diese Botschaft wurde schon vor der Aktion mit Aktionsaufrufen und einem Kurzvideo im Internet verbreitet. Am Streiktag wurden schließlich Fotos von den protestierenden Nikolos vor dem Wiener Rathaus gemacht und anschließend zog die Gruppe durch mehrere Weihnachtsmärkte in der Stadt und informierte Bürger\_innen.



© Martin Krennbauer

## Kakao ohne bitteren Nachgeschmack: Straßenaktion in Linz im Dezember 2013

**Spezifische Ziele der Aktion:** Passant\_innen informieren und Unterschriften für die Petition sammeln.

**Aktionsform:** Infotisch

**Begleitaktion:** keine

### Kurzbeschreibung:

Ein einfaches Mittel, um Unterschriften für eine Petition zu sammeln, ist ein Infotisch. Bei Aktion wurde ein solcher zusätzlich attraktiver gemacht, in dem in der kalten Jahreszeit fair produzierter Kakao ausgeschenkt wurde. Dadurch kamen nicht nur mehr Passant\_innen an den Tisch, sondern es gab in der Zeit, die sie dann dort verbrachten, auch eine gute Möglichkeit, ausführlicher über die Probleme im Kakaoanbau zu informieren.



© Südwind Aktivist\_innen Oberösterreich

## Schlechte Nachrichten in riesigen Zeitungen: Straßenaktion in Graz im Juni 2013

**Spezifische Ziele der Aktion:** Passant\_innen informieren und Unterschriften für die Petition sammeln.

**Aktionsform:** Infopoint mit Inszenierung

**Begleitaktion:** keine

### Kurzbeschreibung:

Die Idee bei dieser Aktion war, das Konzept des klassischen Infotisches aufzulockern und abzuwandeln. Erstens sollten die Botschaften auf kreative Weise sichtbar gemacht werden und zweitens auffällige Requisiten als eyecatcher eingesetzt werden. Daher wurden Riesenzeitungen gebastelt, die Informationen über Missstände im Kakaoanbau vermitteln. Außerdem wurde mit verschiedenen Gegenständen und Verkleidungen am Hauptplatz in Graz eine Kaffeehausatmosphäre imitiert. Einige Aktivist\_innen nahmen auf Stühlen Platz und lasen in den Zeitungen, während andere die neugierigen Passant\_innen informierten und Unterschriften sammelten.



© Südwind Aktivist\_innen Steiermark

## 6. Wie kann ich bei Südwind aktiv werden?

Option	Was heißt das ?	Wie geht das? Kontakt ?
Bei Aktivist_innen Gruppe einsteigen (informell und unverbindlich)	Ganz unverbindlich zum Stammtisch vorbeischaun; mitplanen und mitdiskutieren. Mailinglisten abonnieren.  Vieles ist möglich: Aktionsplanung bis Themenabend.	Termine sind immer am blog: <a href="http://sudwindaktivistinnen.wordpress.com">http://sudwindaktivistinnen.wordpress.com</a>  Normalerweise 1 Mal/Monat; Infos auch unter <a href="mailto:aktivismus.[region]@suedwind.at">aktivismus.[region]@suedwind.at</a>
Bei Straßenaktionen mitmachen	bei der Vorbereitung helfen (wenn möglich) und dann vor Ort sein, optional auch Nachbereitung	Zu einem Vorbereitungstreffen kommen bzw. Aufgaben übernehmen; per E-Mail Kontakt aufnehmen: <a href="mailto:aktivismus.[region]@suedwind.at">aktivismus.[region]@suedwind.at</a>
Aktivist_innen-Koordinator_innen unterstützen	Aktivist_innen-Gruppen werden von Ehrenamtlichen unterstützt. Dabei ist jede Hilfe willkommen: Stammtische organisieren, E-Mails beantworten, blog betreuen, etc.	Einfach unter <a href="mailto:aktivismus.[region]@suedwind.at">aktivismus.[region]@suedwind.at</a> fragen
Straßenfest Wien mitorganisieren	Diverse Aufgaben in der Vorbereitung und vor Ort übernehmen; ev. einen Teilbereich selbst koordinieren	<a href="mailto:strassenfest@suedwind.at">strassenfest@suedwind.at</a>
Bei der Wear Fair in Linz mithelfen	Diverse Aufgaben übernehmen (Aufbau, Messe)	Kontakt unter <a href="http://www.wearfair.at">www.wearfair.at</a>
Beiträge für Süd-News auf one-world.at schreiben	Jede_r, die/der Lust und Interesse am Schreiben und an den Themen der Internationalen Entwicklung und Politik, Ländern des Südens und Globalisierung hat, kann einen Themenvorschlag einbringen	Bei <a href="mailto:andrea.benlassoued@suedwind.at">andrea.benlassoued@suedwind.at</a> fragen
Beiträge für Aktivist_innen-Blog schreiben	Jede_r, die/der Lust am Schreiben über  Aktivismus, spannenden Veranstaltungen und globalen Themen hat, kann einen kurzen Beitrag verfassen: Ankündigungen, Berichte, Projekte, usw.	Bei <a href="mailto:aktivismus.[region]@suedwind.at">aktivismus.[region]@suedwind.at</a> nachfragen

Am ÜRAT teilnehmen	Am mehrtägigen österreichweiten Treffen teilnehmen und in der Regionalgruppe davon berichten	Ankündigung ist rechtzeitig am blog: <a href="http://sudwindaktivistinnen.wordpress.com">http://sudwindaktivistinnen.wordpress.com</a> Infos bei <a href="mailto:aktivismus.[region]@suedwind.at">aktivismus.[region]@suedwind.at</a> nachfragen
ÜRAT mitorganisieren	Die Organisation des Treffens rotiert in den Regionalgruppen. Diverse Aufgaben in der Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung übernehmen	Bei <a href="mailto:aktivismus.[region]@suedwind.at">aktivismus.[region]@suedwind.at</a> nachfragen
Im Regionalverein Mitglied werden	Unterstützung der Südwind-Arbeit mit einem finanziellen Beitrag; mitreden bei der jährlichen Generalversammlung; Option, zusätzlich im Vorstand mitzuwirken	Infos in der jeweiligen Regionalstelle
Fortbildungen besuchen	Themen- bzw. projektabhängig.	Regionale Aktivist_innen-Gruppen werden informiert
In Arbeitsgruppen mitarbeiten	Themen- bzw. projektabhängig; z.B. Global Campus, MCF-Multiplikator_innen	



# Youth

**of the World! jugendarbeit.global.  
machen**

Um diesem Umstand Rechnung zu tragen und Globales Lernen stärker in der non-formalen Bildungsarbeit mit jungen Menschen zu verankern, zielt die vorliegende Publikation darauf ab, globale Themen mit partizipatorischen, lernerzentrierten und dialogorientierten Methoden zielgruppengerecht aufzuarbeiten.

Das vorliegende Handbuch ist speziell für die außerschulische Jugendarbeit entwickelt worden. Es kann von Jugendarbeiter\_innen, Jugendgruppenleiter\_innen, Trainer\_innen oder Moderator\_innen verwendet werden, die ein Bewusstsein für globale Themen bei jungen Menschen wecken möchten und dies in ihre tägliche Arbeit einfließen lassen möchten.