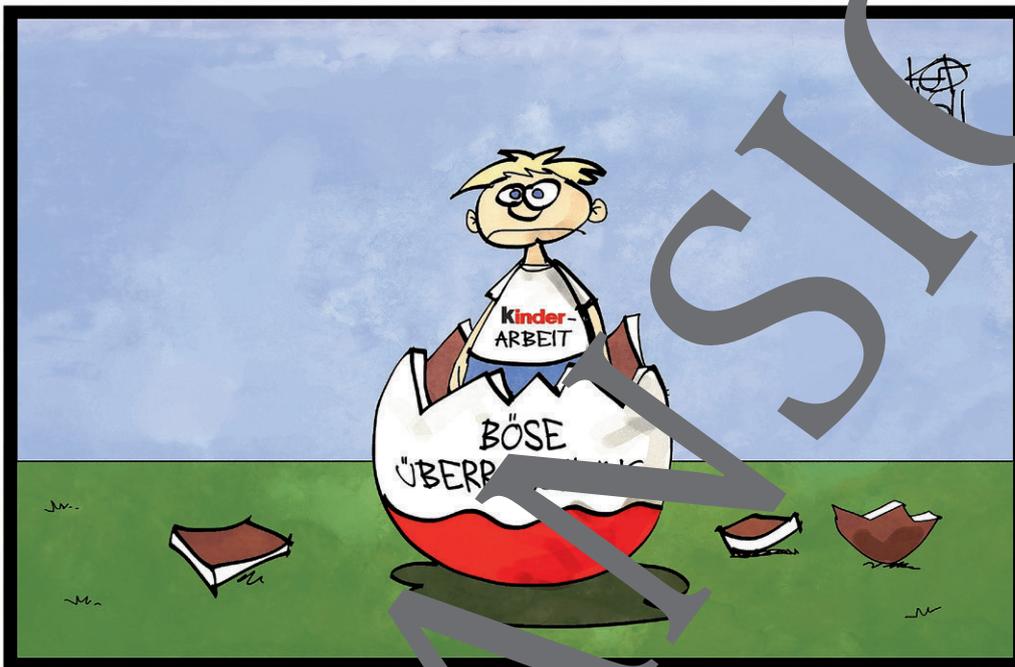


V.19

Internationale Wirtschaftsbeziehungen

Fair Trade – Echte Chance zu einer besseren Welt oder bloßer Schein?

Timo Schuh und Anke Söller



© RAABE 2023

© Kostas Koufogiorgos

Das Label Fairtrade weckt die Hoffnung auf eine bessere, weil gerechtere, Welt. Nach über einem Jahrzehnt Umsatzwachstum, sind Fair-Trade-Produkte in Deutschland ein Milliardenmarkt geworden. Wirkt der faire Handel? Was ist überhaupt ein fairer Preis? Und welche Rolle spielen Siegel im Geschäft mit fairen Produkten? Die Lerngruppe geht diesen Fragestellungen am Beispiel fair gehandelter Schokolade nach und diskutiert die Grenzen des Fair Trade.

KOMPETENZPROFIL

Klassenstufe: 8–9 Klasse 9

Dauer: 6–9 Unterrichtsstunden

Inhaltliche Schwerpunkte: Analyse von Statistiken, Beurteilung aus der Perspektive von Akteuren im Bereich Schokolade (Rollenspiel), Analyse der Stärken und Kritikpunkte an Fairtrade

Thematische Bereiche: Nachhaltigkeit, Welthandel, Preise, Informationsasymmetrie, Konsum

Medien: Texte, Grafiken, Videoclips

Auf einen Blick

1. Stunde

Thema: Fairtrade in der Wahrnehmung und im Alltag der Lernenden

M 1 **Was bedeutet für mich Fair Trade?**

Inhalt: Die Lernenden aktivieren ihr Vorwissen zum Thema Fair Trade und Fairtrade-Siegeln und reflektieren ihre Kaufgewohnheiten hinsichtlich Fair Trade-Produkten.

2. Stunde

Thema: Zusammensetzung des Schokoladenpreises und gerechte Verteilung des Umsatzes

M 2 **Schokolade – Ein fairer Produkt?**

Inhalt: Die Lernenden diskutieren in einem Rollenspiel den Anteil am Preis der Schokolade, der den jeweiligen Akteuren in der Lieferkette Schokolade zustehen sollte.

3. Stunde

Thema: Werttheorien

M 3 **Was ist ein fairer Preis? – Gerechtigkeit und Wertschöpfung**

Inhalt: Die Lernenden können mit der objektiven und der subjektiven Werttheorie zwei Werttheorien erläutern und ihr Kaufverhalten dementsprechend reflektieren.

4. Stunde

Thema: Geschichte der Fairtrade-Bewegung und aktuelle Standards

M 4 **Die Fairtrade-Bewegung zwischen Werten und Kommerzialisierung**

Inhalt: Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten die Geschichte und die Entwicklung bis heute. Sie festigen und prüfen ihr Wissen mit Hilfe eines Tandembogens.

5./6. Stunde

Thema: Fairtrade-Siegel

M 5 Wann ist der Handel fair? – Fairtrade-Siegel unter der Lupe

Inhalt: Die Lernenden vergleichen und bewerten unterschiedliche Fairtrade-Siegel.

7. Stunde

Thema: Fair-Trade-Verkaufszahlen statistisch auswerten

M 6 Fair Trade – Nische oder Zukunft des Konsums?

Inhalt: Die Lernenden überprüfen anhand von Statistiken, ob es sich bei Fair-Trade-Produkten um einen Trend oder um Nischenprodukte handelt.

8./9. Stunde

Thema: Fairtrade-Konsum in der Kritik

M 7 Verstärkt Fairtrade die Klassenunterschiede?

M 8 Lernerfolgskontrolle

Inhalt: Die Schülerinnen und Schüler untersuchen den Zusammenhang zwischen Fair-Trade-Produkten und dem konstruktivem Konsum. Sie erörtern, ob der Fair-Trade-Konsum zu einer Polarisierung der Gesellschaft beiträgt.

Schokolade – Ein faires Produkt?

M 2

In dieser Stunde setzt du dich mit der Frage auseinander, wer wie viel Prozent Anteil am Preis einer Tafel Schokolade hat und welcher Anteil deiner Meinung nach jeweils angemessen wäre.

Aufgaben

1. Besprecht in der Klasse die Stationen der Lieferkette von der Schokoladenbohne bis zum Verkauf.
2. Überlegt in der Klasse, welcher prozentuale Anteil am Verkaufspreis auf die einzelnen Etappen der Lieferkette entfällt. Begründet eure Einschätzung.
3. Bearbeitet in Kleingruppen die Rollenkarten. Welchen prozentualen Anteil des Verkaufspreises haltet ihr für eure Rolle für angemessen? Diskutiert in einem Rollenspiel.

Infobox Lieferkette

Eine Lieferkette (eng. „supply chain“) stellt den gesamten Herstellungs- und Lieferprozess innerhalb einer Wertschöpfungskette dar. Sie lässt sich grob in die Schritte Beschaffung der Rohstoffe, die Produktion und den Vertrieb der Produkte unterteilen. Die Lieferkette wird auch als Wertschöpfungskette bezeichnet, da die Produkte mit zunehmender Verarbeitung einen höheren Wert erhalten.



Ein fairer Anteil an der Schokolade?

Infobox Ghana

Die Republik Ghana ist ein westafrikanischer Staat mit rund 31 Millionen Einwohnerinnen und Einwohnern. Das Land ist, nach der Elfenbeinküste, mit einem Anteil von 20 Prozent der zweitgrößte Kakaoproduzent weltweit. Rund 30 Prozent der Bevölkerung sind in der Landwirtschaft tätig. Der Kakaoanbau ist in Ghana eines der wichtigsten Exportgüter. Mit einem BIP von 226 Milliarden US-Dollar, was einem BIP pro Kopf von 7.343 US-Dollar entspricht, liegt Ghana im unteren Durchschnitt dieser Region Afrikas. Dennoch leben die meisten Kakao-bäuerinnen und Kakaoanbauer in Armut.

Für den Anbau von Kakao wurde in den vergangenen Jahren, oftmals auch illegal, Regenwald gerodet, um die Kakaoanbauflächen zu vergrößern. Dies war für viele Kakao-bäuerinnen und Kakaoanbauer notwendig, da der Kakaopreis so gering war und dadurch die Einnahmen zu niedrig waren. Allerdings sinkt der Preis, je mehr Kakaobohnen auf dem Markt sind. In Ghana und in der Elfenbeinküste arbeiten 1,6 Millionen Minderjährige in der Kakaobohnenproduktion. In Ghana wird der Preis für Kakao staatlich durch das Ghana Cocoa Board reguliert, das einen Mindestpreis für Kakaobohnen festsetzt.

Tandembogen



<p>Frage 1: Beschreibe den Ursprung der Fairtrade-Bewegung.</p>	<p>Antwort 1: Die Fairtrade-Bewegung entstand nach dem Zweiten Weltkrieg in den USA / kirchlichen Hintergrund; Mennoniten Edna Ruth Byle verkauft erst im privaten Kreis Handwerksprodukte aus Puerto Rico / Mann Import und Gründung der „Self Help Crafts“.</p> <p>Frage 2: Erläutere die Motive und Ziele der Fairtrade-Bewegung in der ersten Phase.</p>
<p>Antwort 2: Zu Beginn, kirchlich organisierte Organisation; Hintergrund: Wohltätigkeit; Verkauf in keinen Läden; Ziel: Bewusstsein der Konsumierenden zu wecken.</p> <p>Frage 3: Erkläre, inwiefern die Forderungen der Entwicklungsländer „Trade not aid“ den Motiven der ersten Phase widersprechen.</p>	<p>Antwort 3: Die Forderung geht über die Idee, Fair Trade vom Gesichtspunkt der Wohltätigkeit zu sehen, hinaus, da es den Ländern Grundsätzliches für ein und gleichberechtigte Handelsbeziehungen geht.</p> <p>Frage 4: Erkläre, inwiefern sich die Forderung „Trade not aid“ in der zweiten Phase widerspiegelt.</p>
<p>Antwort 4: Wandel vom Motiv der Wohlfahrt zur Solidarität; Ziel ist, die Veränderung des Regelwerks des traditionellen Welthandels; Produzenten aus den Entwicklungsländern werden zu Handelspartnern (statt Wohltätigkeitsempfängern).</p> <p>Frage 5: Beschreibe die Anfänge der Entwicklung der Fairtrade-Bewegung in der BRD.</p>	<p>Antwort 5: Beginn in den 1970er-Jahren; 1972: Gründung des ökumenischen Arbeitskreises Entwicklungshilfe; Maßnahmen: Basare / Bekleidungsammlungen; Thematisieren der Stellung der Entwicklungsländer im Welthandel, erstes Produkt: Kaffee.</p> <p>Frage 6: Erkläre, wie mit den sinkenden Verkaufszahlen von Fair-Trade-Produkten in den 1990er-Jahren umgegangen wurde.</p>
<p>Antwort 6: Sinkende Verkaufszahlen bei Fair-Trade-Produkten erforderten, dass die Produkte auch im konventionellen Handel zu erhalten sind. Außerdem wurde der Fokus vom angebotsorientierten zum nachfrageorientierten Handel verschoben.</p> <p>Frage 7: Erkläre, welche Voraussetzungen erfüllt sein mussten, damit Fair-Trade-Produkte in konventionellen Handel zu kaufen waren?</p>	<p>Antwort 7: Die Produkte mussten ein Label erhalten, um als solche erkennbar zu sein und sich von den anderen Produkten im konventionellen Handel zu unterscheiden.</p> <p>Frage 8: Nenne die Kernprinzipien des fairen Handels, wie ihn die FLO vertritt.</p>
<p>Antwort 8: Die Forderung von Marktöffnung für benachteiligte Produzenten, langfristige und gleichberechtigte Handelsbeziehungen sowie Kompetenzentwicklung und Empowerment von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, sowie Lohnarbeitern und Lohnarbeitern.</p>	

M 5

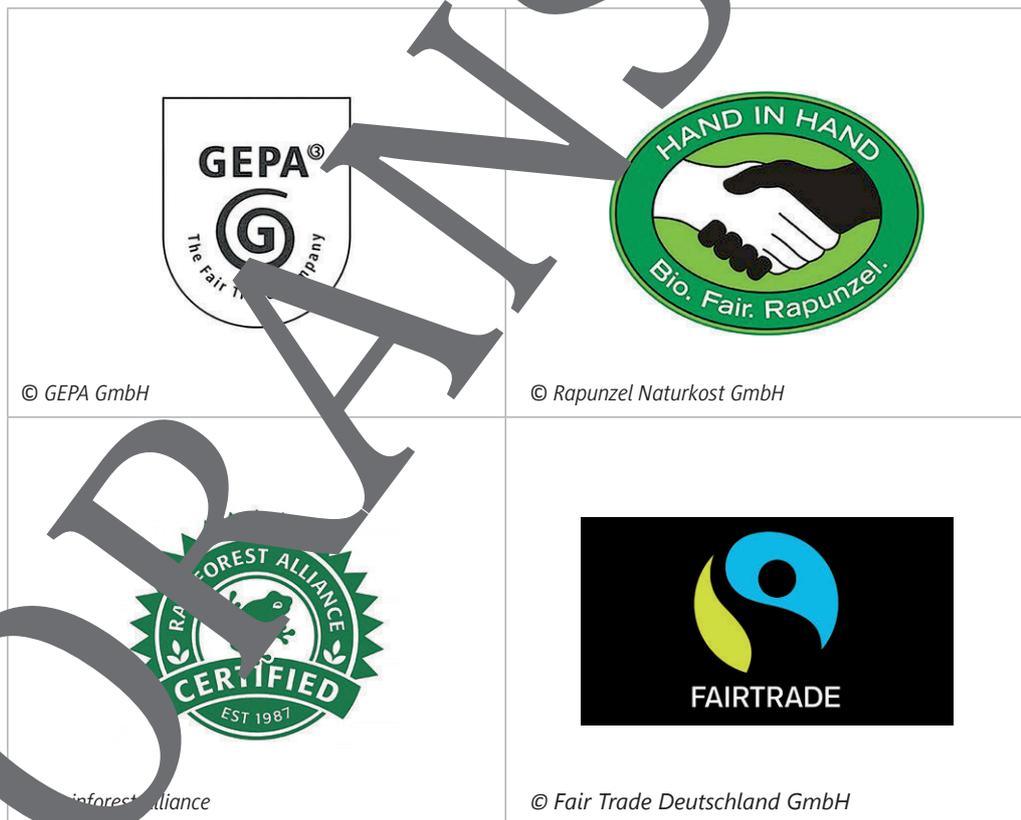
Wann ist der Handel fair? – Fairtrade-Siegel unter der Lupe

Alle reden von Fair-Trade Schokolade. Doch was verbirgt sich eigentlich dahinter? Und wie kann ich mir sicher sein, mit meinem Kauf auch tatsächlich die Kakaobäuerinnen und Kakaobauern zu unterstützen?

Aufgaben

1. Nenne Kriterien, die für dich ein Siegel im Bereich der Schokolade vertrauenswürdig machen.
2. Internetrecherche: Vergleiche zwei der abgebildeten Siegel hinsichtlich der in Aufgabe 1 genannten Kriterien.
3. Erstelle ein Informationsblatt über ein Fairtrade-Siegel. Recherchiere Stärken und Kritikpunkte an dem von dir gewählten Siegel.
4. Diskutiert in der Klasse: Stellen Siegel Transparenz für Kunden her?
5. Zusatz: Überprüfe das Schokoladensortiment in einem Supermarkt deiner Wahl auf mit Siegel ausgezeichnete Produkte.

Unterschiedliche Fairtrade-Siegel



M 7

Verstärkt Fair Trade die Klassenunterschiede?

Neue Eliten versuchen sich durch "bewussten Konsum" beziehungsweise durch Konsumverzicht vom Rest der Gesellschaft zu unterscheiden. Welche Folgen hat dieses Verhalten für den Zusammenhalt der Schichten? Welche Rolle spielt hierbei Fair Trade?

Aufgaben

1. Erkläre anhand des Infokastens, was unter Demonstrativem Konsum verstanden wird.
2. Arbeite Beispiele demonstrativen Konsumverhaltens aus dem Text heraus.
3. Erörtere, ob Fairtrade-Konsum zur Polarisierung (= Trennung, Schaffen von Gegensätzen) der Gesellschaft beiträgt.

Demonstrativer Konsum:

Der Begriff des *demonstrativen Konsums* (auch Geltungskonsum) geht auf den Ökonomen Thorstein Veblen (1857–1929) zurück. In seinem 1899 erschienenen Werk „Theorie der schönen Leute“ beschreibt er den Geltungskonsum („*conspicuous consumption*“), bei dem Konsumentinnen und Konsumenten mit dem Kauf prestigereicher Güter ihrer Umwelt zeigen, dass sie sich diesen Konsum leisten können. Nach Veblen ist auch der sogenannte Veblen-Effekt benannt, der ein Phänomen beschreibt, dass Konsumentinnen und Konsumenten Produkte gerade bei Preissteigerungen als Statussymbole kaufen.

Eliten-Konsum: Nachhaltig ausgegrenzt

Protzige Armbanduhren oder Handtaschen, auf denen in dicken Buchstaben das Designerlogo prangt – einer neuen Elite zeigen sie sich als Statussymbole, schreibt Elizabeth Currid-Halkett. In ihrem soeben in deutscher Übersetzung erschienenen Buch „Fair gehandelt? Wie unser Konsumverhalten die Gesellschaft spaltet“ skizziert die US-amerikanische Soziologin die Werte und Konsumgewohnheiten einer neuen kulturellen Elite, der „Aspirational Class“ [aufstrebende Klasse], und liefert wichtige Denkanstöße, die trotz US-amerikanischer Besonderheiten auch in Europa ihre Gültigkeit haben. Demonstrativer Konsum habe sich in den USA demokratisiert, so Currid-Halkett: Während Kleinstadtbewohner*innen in den 1990er-Jahren noch lange Fußwege auf sich nehmen mussten, um ein Paar Designerschuhe zu ergattern, hat das Online-Shopping begehrte Produkte jederzeit verfügbar gemacht. Konzerne schufen indes mit Supermarken erschwinglichere Versionen ihrer Statusobjekte. Der neuen aufstrebenden Klasse diene daher ein unauffälliger Geltungskonsum als Unterscheidungsmerkmal, der zwar auch oft teuer sei, was allem aber Wissen erfordere und auf gemeinsamen Werten basiere. So zählt der Verkauf von Wein durch den lokalen Rebauernmarkt ebenso dazu wie ein Gespräch über Artikel im „New Yorker“ [amerikanische Zeitschrift] oder ein Stillkurs beim Luxus-Babyausstatter.

Abseits einer simplen Spaltungsthese interessiert sich die Soziologin dafür, inwiefern veränderte Werthaltungen und Konsumentscheidungen auf die bestehende Klassengesellschaft einwirken. Dafür hat Currid-Halkett Daten des U.S. Bureau of Labor Statistics ausgewertet, das amerikanische Haushalte zu ihren Einkaufsgewohnheiten befragt. [...] [In diesem Zusammenhang nimmt die] Soziologin [...] aber auch Konsumtrends etwa beim Essen unter die Lupe. So sei das Prinzip der „demonstrativen Herstellung“ in sämtlichen westlichen Metropolen zu beobachten: Märkte mit regionalen, nachhaltigen Produkten boomen in London ebenso wie in Berlin und Wien, Bäcker verkaufen nicht bloß Brot, sondern erzählen die Geschichte ihres Sauerteigs. Es sei vor allem das Fehlen von Mangelserfahrungen, das es erlaube, Kenner*innenschaft zu zelebrieren und den eigenen Konsum an Werten wie Nachhaltigkeit auszurichten. Entsprechend ginge



Sie wollen mehr für Ihr Fach?

Bekommen Sie: Ganz einfach zum Download im RAABE Webshop.



Über 5.000 Unterrichtseinheiten
sofort zum Download verfügbar



Webinare und Videos
für Ihre fachliche und
persönliche Weiterbildung



Attraktive Vergünstigungen
für Referendar:innen
mit bis zu 15% Rabatt



Käuferschutz
mit Trusted Shops



Jetzt entdecken:
www.raabe.de