

GREEN ECONOMY

VISIONEN | TECHNOLOGIEN | CHANCEN

MEDIENPAKET IM UNTERRICHT

Mit dem Bildungsmanual können Sie in vielfältiger Weise im Sekundarstufenunterricht arbeiten: im Rahmen der Berufsorientierung im Fach Arbeit-Wirtschaft-Technik, aber auch in den gesellschaftswissenschaftlichen Fächern Politik, Sozial- und Gesellschaftskunde, im Kunst-, Geografie-, Ethik- und Deutschunterricht und teils auch in den naturwissenschaftlichen Fächern. Besonders sinnvoll ist ein fächerübergreifender Einsatz.

Die Filme liefern zahlreiche Impulse, sich über einen kognitiven, emotionalen und handlungsorientierten Zugang mit Fragen des nachhaltigen Wirtschaftens auseinanderzusetzen. Inhaltlich geht es u.a. um die Folgen unbegrenzten Wachstums, soziale Unternehmen und deren ethischen Anspruch, einen nachhaltigen Lebensstil und Wohlstandsindikatoren. Anhand einprägsamer Praxisbeispiele aus Deutschland und den USA werden alternative Wirtschaftsformen und damit verbundene Berufe vorgestellt, die zum Nachahmen inspirieren sollen. Das Medienpaket beinhaltet Unterrichtsvorschläge zu drei längeren Dokumentationen, zwei Kurzfilmen und einem TV-Beitrag. Sechs weitere 10-minütige Videos sind als Hintergrundinformation beigelegt.

VOM WISSEN ZUM HANDELN

Die Bandbreite der Unterrichtsvorschläge reicht von der klassischen Filmrezeption, die mitunter nur eine Schulstunde in Anspruch nimmt, bis hin zu mehrtägigen Unterrichtsprojekten: Dort werden die Schülerinnen und Schüler selber praktisch tätig und gründen z.B. ein eigenes Social Lab an der Schule, erstellen digitale Reparaturanleitungen, zeichnen Cartoons für ein Satiremagazin, entwerfen nachhaltige Businesskonzepte oder setzen Webseiten für »grüne« Unternehmen auf. Die Filme vermitteln Umweltsystem-, Wirksamkeits- und Handlungswissen und motivieren die Jugendlichen, berufliche Perspektiven im Nachhaltigkeitsbereich auszukundschaften.

Bei der Auswertung der Filme verknüpfen sie das erworbene Wissen mit eigenen Erfahrungen, entwickeln Lösungsstrategien für aufgeworfene Probleme und setzen diese praktisch um. Im Sinne der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) werden sie gestaltend tätig (learners as designers), entfalten ihre Potenziale und erleben sich als kompetent, weil sie Einfluss nehmen und Veränderungen anschieben, die sie für sich als sinnstiftend definieren.

Die methodischen Zugänge sind vielfältig gewählt, um Schülerinnen und Schüler mit ihren unterschiedlichen Lernstrategien anzusprechen. Binnendifferenzierung ist an vielen Stellen möglich, u.a. durch eine an den Kompetenzen der Jugendli-

chen orientierte Aufgabenverteilung oder den Umfang und die Komplexität der Arbeitsaufträge. Begriffe und Konzepte wie Wertschöpfung, Wirtschaftswachstum, Kapitalismus, Globalisierung, Klimawandel, Nachhaltigkeit etc. werden teilweise zum Verständnis der Aufgabenstellungen vorausgesetzt. Sind diese nicht bekannt, müssen Begriffsklärungen eigenhändig vorgenommen werden oder Fragen so umformuliert bzw. mit Beispielen erläutert werden, dass alle Schülerinnen und Schüler sie verstehen.

AUFBAU DER MATERIALIEN

Das Medienpaket ist modular aufgebaut, sodass Sie die Unterrichtsinhalte angepasst an Ihre Lerngruppen zusammenstellen können. Zu jedem Film gibt es eine kurze Beschreibung. Darauf folgen die Unterrichtsvorschläge in Form von Modulen. Wie bei einer Verlaufsplanung werden in Tabellenform die Unterrichtsaktivitäten und Methoden erläutert mit Angaben zu Materialaufwand, Klassenstufe, Fächern und zeitlichem Rahmen. Hinter den Modulen folgen Weblinks, die als Hintergrundinformation dienen und im Unterricht u.a. für Recherchen und Referate genutzt werden können.

Bitte beachten Sie, dass die Zeitangaben die Filmdauer nicht beinhalten!

Wir wünschen Ihnen viel Spaß mit den Filmen!

FILME IM ÜBERBLICK

» LANGFILME

Weniger ist mehr – Die Grenzen des Wachstums und das bessere Leben (52 Min)

GROW! (50 Min)

Who Cares? Du machst den Unterschied (92 Min)

» KURZFILME

FrauenUNTERNEHMEN Green Economy (12 Min)

Green Economy (10 Min)

» TV-BEITRÄGE

Bio auf der Haut (14 Min)

» BONUSMATERIAL

Social Dimensions of Green Economy and Sustainable Development (6 x 10 Min, Englisch Original)

Neue Berufschancen in der Green Economy (21 Min)

WENIGER IST MEHR – DIE GRENZEN DES WACHSTUMS UND DAS BESSERE LEBEN

DEUTSCHLAND 2013, KARIN DE MIGUEL WESSENDORF,
DOKUMENTARFILM, 52 MIN



INHALT DES FILMS

Kein Wohlstand ohne Wachstum. So lautet bisher das Credo von Wirtschaft und Politik. Ein stetiges Wirtschaftswachstum gilt als Garantie für Arbeitsplätze und für die Lebensqualität der Bevölkerung. Wer an dem Wachstumsdogma zweifelt, wird als realitätsfremd belächelt. Wir begleiten die Autorin, die der Frage nachgeht: »Was muss ich ändern, damit mein Lebensstil zukunftsfähig ist? Und worauf kann ich verzichten ohne Verlust an Lebensqualität?«

Karin de Miguel Wessendorf begibt sich auf eine Reise durch Europa. Sie besucht Menschen, Initiativen und Unternehmen, die erkannt haben, dass Wirtschaftswachstum nicht das Maß aller Dinge sein kann.

FILMKAPITEL

TIMECODE

Kapitel 1	00:00 – 18:30
Kapitel 2	18:30 – 27:57
Kapitel 3	27:57 – 42:17
Kapitel 4	42:17 – 52:04



UNTERRICHTSAKTIVITÄTEN

Der Film will vermitteln, dass die Suche nach einem nachhaltigen Lebensstil nicht unbedingt Verzicht, sondern in vielen Fällen sogar einen Gewinn an Lebensqualität bedeutet. Der Film regt dazu an, seinen eigenen Lebens- und Konsumstil kritisch zu reflektieren und Alternativen, wie die Annäherung an eine »Postwachstumsgesellschaft«, zu diskutieren.

MODUL 1

FILMDISKUSSION

Pointierte Aussagen aus dem Dokumentarfilm locken die Schülerinnen und Schüler aus der Defensive und fordern sie auf, eine Haltung zur Frage nach den Grenzen des Wachstums einzunehmen. Im besten Fall regt sie die Auseinandersetzung dazu an, ihren eigenen Lebensstil zu hinterfragen und Dinge zukünftig anders zu machen.

AB KLASSE 7

ZEIT 45 Minuten

FACH Ethik, Politik, Sozial- und Gesellschaftskunde, Arbeit-Wirtschaft-Technik, Deutsch

AKTIVITÄTEN & METHODEN

- › Vor dem Film kommentieren die Schülerinnen und Schüler in Form eines 5-minütigen assoziativen, schriftlichen Brainstormings dem Film entnommene Satzanfänge, Zitate und Fragen. Diese sind unten kursiv markiert, jede Schülerin und jeder Schüler erhält je eines der Zitate bzw. Fragen oder Satzanfänge. Während der Filmvorführung sollen die Jugendlichen ihrem Punkt besondere Aufmerksamkeit widmen. Mithilfe ihrer zuvor notierten Assoziationen diskutieren sie danach die dazugehörige Fragestellung (siehe unten). Die Ergebnissicherung erfolgt schriftlich in Form eines Essays (siehe Weblinks).
- › Alternativ wird ein Zitat, eine Frage bzw. ein Satzanfang an eine Gruppe von Schülerinnen und Schülern verteilt, die dann gemeinsam diskutieren und ihre Erkenntnisse und Diskussionsergebnisse den anderen Gruppen präsentieren.

Satzanfänge, Zitate und Fragen aus dem Film:

- › **Unser Wohlstandsmodell ist nicht zukunftsfähig**, behauptet Niko Paech, Ökonom an der Uni Oldenburg. Welche Argumente liefert er dafür?
- › **Unbegrenztes Wachstum ist in einer begrenzten Welt nicht möglich**. Warum fordert die Décroissance-Bewegung eine Wachstumsrücknahme?
- › **Unsere Wirtschaft braucht Wachstum**. Mit welchen Argumenten widerlegen die Protagonistinnen und Protagonisten im Film diese Behauptung?
- › **Verbauen wir uns die Chance auf ein gutes Leben?** Was meinen die Interviewpartnerinnen und -partner im Film dazu?
- › **Welches Menschenbild steht hinter unserem wirtschaftlichen Wachstumsmodell?** Welche Aussagen werden dazu im Film gemacht?
- › **Intelligenter konsumieren, lässt sich damit die Welt verändern?** Welche Vorschläge liefert der Film?
- › **Eine radikale Kürzung der Arbeitszeiten** schlägt die Décroissance-Bewegung vor. Was soll damit bewirkt werden?
- › **Welche Auswirkungen hat die Wachstumsverweigerung auf Leben und Beruf?** Welche Beispiele – auch zwischen den Zeilen – liefert der Film?
- › **Alle Werbeflächen gehören abgeschafft**, fordert der Clan du Néon. Warum? Was wird damit bezweckt?
- › **Deglobalisierung und Deindustrialisierung als Lösung?** Welche Beispiele dafür zeigt der Film?
- › **Welche alternativen Formen der Ökonomie sind vorstellbar?** Welche Praxisbeispiele einer Post-Wachstumsökonomie werden im Film vorgestellt und wie funktionieren sie?
- › **Die Wege zwischen Produktion und Verbrauch sind zu lang**. Warum möchten die Bewohnerinnen und Bewohner von Can Masdeu diese Wege maximal verkürzen?
- › **Indem wir die Kreisläufe schließen, sparen wir Geld und erhöhen die Produktivität unserer Systeme**, berichten die Aktivistinnen und Aktivisten von Can Masdeu. Auf welche Kreisläufe beziehen sie sich? Welche weiteren Wirtschaftskreisläufe werden im Film vorgestellt?

>



- › **Wir brauchen einen Wandel, weil das Zeitalter der billigen Ökonomie zu Ende geht.** Wie begründet die Transition Town Bewegung diese These und was setzt sie ihr entgegen?
- › **Statt in die Schockstarre zu verfallen, kann man Teil der Lösung werden.** Resilienz heißt, dass ein Individuum, eine Gemeinschaft oder ein Wirtschaftssystem Schläge von außen verarbeiten kann. Welche Strategien bietet die Transition Town Bewegung an?
- › **Wodurch kann die Lebensqualität erhöht werden?** Welche Erfahrungen machen die Menschen in Totnes, einer Kleinstadt in England auf dem Weg zum Transition Town?
- › **Einen Lebensstil zu praktizieren, der vereinbar ist mit einer Wirtschaft ohne Wachstum, ist keine Willensbekundung, sondern ein Übungsprogramm. Man muss üben ...** Was genau muss man laut Niko Paech und den anderen Protagonistinnen und Protagonisten im Film üben?
- › **Ist es nicht die Verantwortung der Wirtschaft dafür zu sorgen, dass mein Konsum nachhaltig ist?** Was sagt der Unternehmensvertreter von Memo AG dazu?
- › **Ist nicht eigentlich die Politik gefragt, nachhaltiges Verhalten zu fördern?** Welche politischen Strategien und konkreten Lösungsansätze werden im Film benannt (unter anderem von Ulrich Brand) und als wie erfolgreich werden sie eingestuft?

Mögliche Fragen für eine Abschlussdiskussion:

- › Würden immer mehr Menschen aus dem Wachstumsmodell aussteigen, wenn sie nur wüssten, wie es geht? Wie bringt man Menschen dazu, ihr Wissen auch in Handlungen umzusetzen? Wann werdet ihr selber aktiv? Gibt es dafür Beispiele aus eurem Leben? Unter welchen Voraussetzungen seid ihr bereit, etwas zu verändern? Was könntet ihr an eurem Lebensstil momentan ändern? Was würdet ihr gerne verändern, schafft es aber nicht?

MATERIAL

Zettel mit Satzanfängen, Zitaten und Fragen entsprechend der Schülerzahl (müssen angefertigt werden: fett gedruckter Teil vorne, Fragestellung auf Rückseite)



Dinge selber produzieren und auch reparieren zu können ist der erste Schritt hin zu einem alternativen Wirtschaftskonzept, heißt es im Film. Doch fehlt häufig das Wissen dazu. Wir haben keine Ahnung, wie die alltäglichsten Geräte um uns herum funktionieren. Dieses Modul ist ein erster Versuch, dies zu ändern. Dieses Modul sollte von einer technisch versierten Lehrkraft durchgeführt werden.

AB KLASSE	7
ZEIT	Projektwoche oder AG
FACH	Kunst, Arbeit-Wirtschaft-Technik
AKTIVITÄTEN & METHODEN	<p>› Die Schülerinnen und Schüler überlegen, was sie gerne einmal reparieren oder selber herstellen würden. Wer ein defektes, technisch nicht allzu kompliziertes Gerät zu Hause hat, das sich aufschrauben lässt, bringt es mit in die Schule, vorausgesetzt, die Eltern sind einverstanden. Im Internet wird recherchiert, wie das Gerät funktioniert bzw. wie der Gegenstand produziert wird, welche Materialien und Werkzeuge dafür nötig sind und wer durch sein oder ihr Know-how ggf. dabei helfen kann. Während der Internetrecherche machen sich die Jugendlichen Notizen, rufen beim Hersteller an oder holen Informationen bei Fachleuten ein. In Deutschland sind in den letzten Jahren zahlreiche Repair Cafés eröffnet worden, die eine neue Kultur des nachhaltigen Konsums und Zusammenlebens pflegen. Wenn es eine solche Reparatur-Initiative in Schulumnähe gibt, wäre eine Kooperation oder eine Exkursion dorthin lohnenswert (siehe Liste der Reparatur-Initiativen in Deutschland, unter Weblinks).</p> <p>› Mit Hilfe der zusammengetragenen Informationen, Werkzeuge und Materialien reparieren die Schülerinnen und Schüler ihr defektes Gerät oder stellen etwas Eigenes her.</p> <p>› Ihr Vorgehen dokumentieren sie Schritt für Schritt anhand von Fotos, um später mit dem digitalen Comic-Life Programm eine bebilderte Reparatur- bzw. Bauanleitung zu erstellen. Das Programm kann auf jedem internetfähigen Rechner installiert und einen Monat gratis genutzt werden (Download, siehe Weblinks).</p> <p>› Im Sinne der Creative Commons und des Open-Source-Gedankens veröffentlichen die Jugendlichen abschließend ihre Anleitungen im Internet, z.B. auf der Schulhomepage oder einer DIY-Webseite (»Do it yourself«, siehe Weblinks).</p>
MATERIAL	defekte Geräte, Werkzeuge, Baumaterialien, Fotokamera oder Smartphone, Computer, Internet

MODUL 3

MEIN GLÜCKSINDEX

Was macht Glück eigentlich aus? Ist es materieller Wohlstand, Gesundheit oder sind es ganz andere Aspekte? Die Schülerinnen und Schüler definieren neue Indikatoren für Wohlstand und Glück und stellen diese zur Diskussion.

AB KLASSE 5

ZEIT 45 Minuten

FACH Ethik, Sozial- und Gesellschaftskunde

- AKTIVITÄTEN & METHODEN**
- › Ist die Anhäufung von Waren und Dienstleistungen wirklich ein guter Maßstab für Wohlstand und Glück? Was ist gutes Leben? Was möchte ich mit meinem späteren Beruf erreichen, was sind meine Ziele, die ich damit verknüpfe?
 - › Ausgehend von diesen im Film aufgeworfenen Fragen entwickeln die Schülerinnen und Schüler ihren persönlichen Glücksindex. Alternativ zu der engen Fokussierung auf das Bruttoinlandsprodukt definieren sie eigene Glücks- und Wohlstandskriterien. Dabei können sie in Gruppen arbeiten und als weiteren Input auch eine Umfrage in anderen Klassen starten.
 - › Ihren persönlichen Glücksindex stellen sie am Ende zur Diskussion: Wenn diese Kriterien für alle auf der Welt gelten würden, wäre das ein zukunftsfähiges Modell? Welches Menschenbild steht dahinter?

MATERIAL Schreibwerkzeug

MODUL 4

CARTOONS FÜR EIN SATIRE-MAGAZIN

Ein Cartoon trifft den Kern und führt uns manche Absurdität vor Augen. Oft sagt ein Bild mehr als 1000 Worte.

AB KLASSE 7

ZEIT 45 – 90 Minuten

FACH Kunst, Sozial- und Gesellschaftskunde, Ethik, Politik

- AKTIVITÄTEN & METHODEN**
- › Für das Décroissance Satire-Magazin designen die Schülerinnen und Schüler einen wachstumskritischen Cartoon oder Comic. Während der Filmvorführung notieren sie prägnante Statements. Diese sollen im Anschluss mit satirischen Mitteln zum Ausdruck gebracht werden. Alternativ können auch die unten aufgeführten O-Töne an die Klasse ausgeteilt werden. Hinweise zum pädagogischen Einsatz von Cartoons bzw. Comics finden sich unter »Weblinks für den Unterricht«.
 - › Bei der Vorstellung ihrer künstlerischen Werke sollen die Jugendlichen begründen, warum sie das entsprechende Statement ausgewählt haben und inwieweit sie selber hinter dieser Aussage stehen.

Auswahl an O-Tönen aus dem Film:

- › »Weniger haben um besser zu leben.«
- › »Weg vom Konsumzwang, hin zu einem genügsamen Lebensstil und einem kleineren Fußabdruck.«
- › »Weniger Konsum, weniger Produktion, radikale Schrumpfung der Wirtschaft und Deglobalisierung.«
- › »Unbegrenztes Wachstum ist in einer begrenzten Welt nicht möglich.«
- › »Es geht nicht nur um Verzicht, ich habe mich nur für andere Dinge entschieden.«
- › »Werbung lügt, Werbung tötet, Werbung verschmutzt die Umwelt, Werbung richtet viel Unheil an. Sie will, dass wir mehr konsumieren als nötig und sollte schlichtweg verboten werden.«
- › »Wir müssen dahin zurück, weniger Dinge zu besitzen.«

MATERIAL Zeichenwerkzeug

Wie klimaschädlich ist mein Lebensstil? Wie weit reicht mein Einfluss? Bin ich bereit für Veränderung?

AB KLASSE	5
ZEIT	45 Minuten
FACH	Physik, Biologie, Geografie
AKTIVITÄTEN & METHODEN	<p>› Mit dem CO₂-Jugendrechner »Check dein Klima« von klimAktiv berechnen die Schülerinnen und Schüler ihren eigenen CO₂-Fußabdruck (siehe Weblinks).</p> <p>› Im zweiten Schritt versuchen sie durch das Eintragen niedrigerer Werte in den verschiedenen Bereichen ihren Fußabdruck auf das Niveau der Moderatorin im Film, knapp 8 Tonnen im Jahr, zu reduzieren. Sie dokumentieren die virtuellen Maßnahmen in einer Tabelle. Die Tabelle enthält drei Spalten: 1. Maßnahme, 2. CO₂ vorher, 3. CO₂ nachher.</p> <p>› Danach diskutieren die Jugendlichen in Gruppen oder im Klassenverband, welche persönlichen Gewohnheiten sie als veränderbar bzw. unveränderbar erachten, welche Produkte für sie zum Grundbedarf zählen bzw. welche nicht und worauf sie freiwillig verzichten würden, um danach gut begründet aus ihrer Tabelle jeweils eine Maßnahme auszuwählen, die sie zukünftig (bzw. für einen begrenzten Testzeitraum) umsetzen möchten.</p>
MATERIAL	Computer, Internet, Tabelle

WEBLINKS FÜR DEN UNTERRICHT

- › Reparatur-Initiativen in Deutschland www.reparatur-initiativen.de
- › Verbund Offener Werkstätten. Freiraum zum Selbermachen (siehe als Inspiration Rubrik »Ding des Monats«) www.offene-werkstaetten.org/werkstaetten
- › DIY4you, eMedia3 www.diy4you.de
- › IFIXIT. Kostenlose Reparaturanleitungen <https://de.ifixit.com/Guide>
- › Upcycling. 30 Tage 30 Dinge. Jeden Tag ein Produkt aus Materialien und Objekten, die andere als wertlos erachten www.weupcycle.com
- › Recyclart. Kunst aus Müll www.recyclart.org
- › DIY-Tipps Blog: DIY Kleidung, DIY Schule, DIY Accessoires, DIY Tipps www.diy-tipps.onblog.at
- › DaWanda Blog: DIY-Anleitungen <http://blog.dawanda.com/category/anleitungen/>
- › Weitere Webseiten mit Reparaturanleitungen <http://reset.org/act/sei-kreativ-do-it-yourself>
- › Tipps zum Verfassen eines Essays, Landesbildungsserver Baden-Württemberg www.schule-bw.de/unterricht/faecher/deutsch/unterrichtseinheiten/essay/verfassen/
- › Download Comic-Life Programm <http://plasq.com/downloads/comic-life-desktop/>
- › Gehaltvolle Blasen: Comics und Cartoons selber machen, Bundeszentrale für Politische Bildung <http://pb21.de/2012/10/comics-und-cartoons-selber-machen-teil-i-ein-uberblick-fur-kreative-bildungsarbeit/> (Teil 1)
<http://pb21.de/2012/10/gehaltvolle-blasen-comics-und-cartoons-selber-machen-teil-ii/> (Teil 2)
- › Tipps und Tricks von 123comics www.123comics.net/tipps-tricks
- › Creative Commons <http://de.creativecommons.org>
- › CO₂-Jugendrechner von klimAktiv http://jugend.klimaktivist.de/de_DE/popup/?cat=start



GROW!

USA 2012, ANTHONY MASTERSON, DOKUMENTARFILM, 50 MIN



INHALT DES FILMS

Der Film porträtiert eine Gruppe idealistischer Amerikaner auf der Suche nach einem erfüllteren Leben und ihrem Wunsch nach einer Veränderung in der Nahrungsmittelproduktion. Er stellt junge Menschen dar, die aus den Städten flüchten und sich nach einem Leben auf dem Land sehnen. Sie sind mit ihrer Lebenssituation und dem Produktionssystem nicht zufrieden und möchten einige dieser gegenwärtigen Mängel beheben, indem sie selbst Lebensmittel lokal und nachhaltig anbauen und vertreiben.

FILMKAPITEL

TIMECODE

Kapitel 1

00:00 – 17:03

Kapitel 2

17:03 – 35:51

Kapitel 3

35:51 – 50:36



UNTERRICHTSAKTIVITÄTEN

Die Dokumentation zeichnet ein eindrückliches Bild einer neuen Generation von Ökobauern in Georgia (USA), das sich aber ebenso auf den europäischen Kontext »grüner« Landwirtschaftsinitiativen übertragen lässt. Für junge Zuschauerinnen und Zuschauer bietet Grow! einen Einblick in ein mögliches Berufsfeld bzw. eine Motivation für einen bewussteren – regionalen, saisonalen und biologischen – Lebensmittelkonsum.

MODUL 1

FILMDISKUSSION

Berufsperspektiven auf dem Land, biologische Landwirtschaft, gesundes Essen. Der Film gibt Anlass fächerbezogen in diese Themenfelder einzusteigen und die Interessen und Fragen der Schülerinnen und Schüler dabei einzubeziehen.

AB KLASSE

7

ZEIT

45 Minuten

FACH

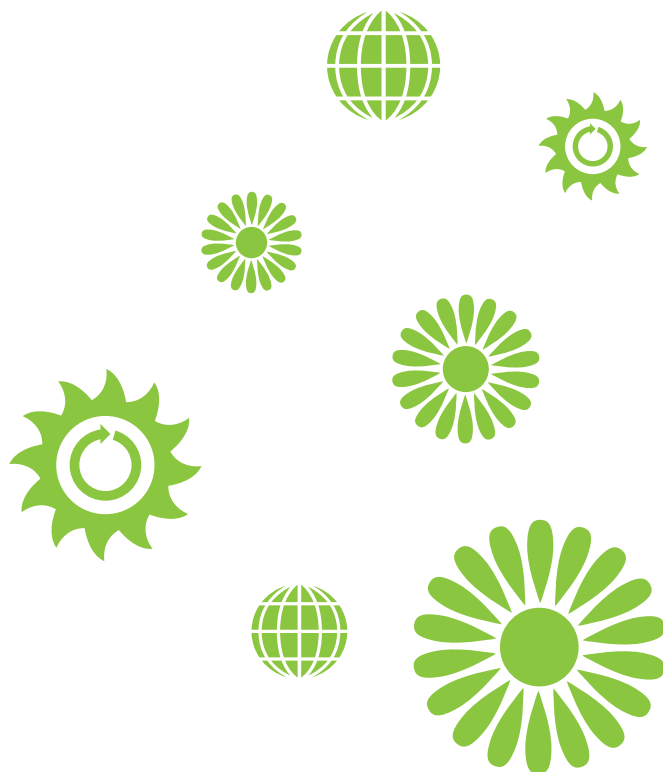
Arbeit-Wirtschaft-Technik, Geografie, Biologie, Sozial- und Gesellschaftskunde

AKTIVITÄTEN & METHODEN

- › Die Schülerinnen und Schüler notieren jeweils drei zentrale Erkenntnisse, Neuigkeiten oder Aha-Effekte und drei für sie interessante Fragen, die sich aus dem Film ergeben haben. Im Fachunterricht bietet es sich an, diese auf ein Thema zu beziehen: Berufsperspektiven (Arbeit-Wirtschaft-Technik), Biologische Landwirtschaft (Geografie) oder Gesundes Essen (Biologie).
- › Nach der Placemat-Methode (siehe Weblinks) werden die Resultate in 4-er-Gruppen zusammengeführt. Die Gruppenergebnisse werden im Klassenverband vorgestellt, die von den Gruppen herausgearbeiteten wichtigsten Fragen zur Diskussion gestellt und, soweit es die Erfahrungen zulassen, beantwortet. Möglicherweise ergeben sich daraus auch weiterführende Rechercheaufträge für die nächste Stunde.

MATERIAL

Placemat-Vorlagen (siehe Weblinks)



Jeder Mensch verfolgt Ziele mit seinem Beruf, bei dem einen haben ideelle Aspekte mehr Gewicht, bei der anderen materielle oder soziale. Die Ziele fließen später in die Berufswahl ein. Ausgehend von den im Film dargestellten Zielen der jungen Ökobäuerinnen und -bauern in den USA, formulieren die Schülerinnen und Schüler eigene Ziele, die sie mit ihrem zukünftigen Beruf erreichen möchten.

AB KLASSE 9**ZEIT** 45 Minuten**FACH** Arbeit-Wirtschaft-Technik

- AKTIVITÄTEN & METHODEN**
- › Die Schülerinnen und Schüler notieren während der Filmvorführung stichpunktartig, was die Ökobäuerinnen und -bauern an ihrem Job mögen, was ihnen daran wichtig ist und welche Ziele sie damit verfolgen.
 - › Im Anschluss werden die Punkte auf Moderationskarten gesammelt und an die Tafel geheftet. Anhand der Notizen überlegen die Jugendlichen jede/r für sich, welche Ziele sie mit ihrem späteren Berufsleben verbinden. Kommen weitere Ziele als die im Film genannten dazu, werden diese an der Tafel ergänzt. Mit dem Beruf verbundene Ziele können beispielsweise sein: Spaß, Abwechslung, Geld, Karriere, Ansehen, Zufriedenheit, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Unabhängigkeit, Menschen helfen, Welt retten, etwas Gutes für die Umwelt tun etc. Danach werden die Ziele priorisiert: Welche Ziele sind für mich persönlich besonders wichtig? Welche spielen keine Rolle? Die Priorisierung kann über Punktvergabe oder auf einer Skala vorgenommen werden, jeweils individuell auf einem Blatt Papier.
 - › Zum Abschluss setzen die Schülerinnen und Schüler ihre aktuellen Berufswünsche mit den eigenen Zielsetzungen in Beziehung: Kann ich mit dem gewählten Beruf meine Ziele erreichen? Welche Informationen über den Beruf (Arbeitsalltag, Tätigkeiten und Anforderungen) fehlen mir noch, um dies beurteilen zu können? Diese Überlegungen bilden den Ausgangspunkt, um sich in einer der Folgestunden über den Wunschberuf weiter im Internet zu informieren (siehe Berufsportale unter Weblinks).

MATERIAL Moderationskarten

Beweggründe für einen Wandel in der Berufsbiografie, idealistische Lebensmodelle, nachhaltige Lebensmittelproduktion, Gemeinschaft und alternativen Wirtschaften. Die Dokumentation berührt diese Themen und bietet vielfältige Diskussionsanlässe.

AB KLASSE	7
ZEIT	20 Minuten
FACH	fächerübergreifender Unterricht: Deutsch, Geografie, Arbeit-Wirtschaft-Technik, Biologie, Ethik
AKTIVITÄTEN & METHODEN	<p><i>Der Film bietet die Möglichkeit zur Diskussion über verschiedene Themenschwerpunkte. Die Fragen unten werden im Vorfeld an die Schülerinnen und Schüler verteilt und nach der Filmvorführung im Klassenverband oder in Kleingruppen diskutiert.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> › <i>Der Großteil der Protagonistinnen und Protagonisten im Film hatte nicht von Anfang an den Plan, in der ökologischen Landwirtschaft zu arbeiten. Viele haben zuvor etwas anderes gelernt. Sie haben studiert, kommen aus der Stadt, besitzen kein eigenes Land. Welche Beweggründe nennen sie für den Wandel in ihrer Berufsbiografie? Kannst du diese nachvollziehen? Kennst du aus deinem Umfeld Menschen, die ebenfalls einen solchen Neuanfang gewagt haben?</i> › <i>Was ist die Motivation der Ökobäuerinnen und -bauern für einen bewussteren – regionalen, saisonalen und biologischen – Lebensmittelkonsum? Werden das eigene Leben und das Leben anderer durch eine gesunde und nachhaltige Lebensmittelproduktion besser?</i> › <i>»Für das Wachstum kleinerer Farmen ist es essentiell wichtig, diese Verbindung zueinander zu haben. Man muss sich aufeinander verlassen können.« Das Zitat bezieht sich auf den Zusammenhalt innerhalb der Ökobauernbewegung. Warum ist den Protagonistinnen und Protagonisten im Film solidarisches Handeln so wichtig? Welche Befriedigung und welche Sicherheit ziehen sie daraus?</i> › <i>Findest du die Aussage aus dem Film nachvollziehbar, dass ein Job, den man mag, nicht als Arbeit erscheint?</i> › <i>Kennst du vergleichbare »grüne« Landwirtschaftsinitiativen wie die im Film präsentierten in deiner Umgebung?</i> › <i>Kannst du den Idealismus der Ökobauern und Ökobäuerinnen nachvollziehen? Hast du ebenfalls politische Ansprüche an dein Leben, deinen Job? Was beinhalten diese?</i> › <i>Welche Motivation haben junge Menschen, aufs Land zu ziehen und in der ökologischen Landwirtschaft eine sinnstiftende Beschäftigung zu suchen? Welche Erklärungsansätze bietet der Film, welche hast du?</i> › <i>Hast du wie die Interviewten im Film den Wunsch zu wissen, wo dein Essen herkommt? Warum ist das für viele Menschen heutzutage so relevant?</i> › <i>Welche sozialen, politischen, wirtschaftlichen und ethischen Fragen wirft der Film auf? Welche Position beziehst du dazu?</i>
MATERIAL	Fragekarten



WEBLINKS FÜR DEN UNTERRICHT

- › Informationsportal ökolandbau.de, Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
www.oekolandbau.de
- › Solidarische Landwirtschaft e.V. **www.solidarische-landwirtschaft.org**
- › Slow Food Deutschland e.V. **www.slowfood.de**
- › Organic ePrints. Internationale Datenbank zur Forschung im Ökologischen Landbau
<http://orgprints.org>
- › Grüne Berufe. Bildungsserver Agrar, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
www.bildungsserveragrar.de/ausbildung/gruene-berufe/
- › Grüne Berufe, Agrar Jobportal für Berufe in der Landwirtschaft
www.agrar-jobportal.de/Gruene-Berufe.html
- › BERUFE-Universum. Check deine Talente! Bundesagentur für Arbeit
<http://portal.berufe-universum.de>
- › Beroobi. Berufe online erleben **www.beroobi.de**
- › Berufe von A bis Z, Bundesagentur für Arbeit
<http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/>
- › blicksta. Ausbildungsberufe im Profil **<https://blicksta.de/ausbildung/>**
- › blicksta. Studienberufe im Profil **<https://blicksta.de/studium/>**
- › AUBI-plus. Ausbildungsplätze nach Branchen und Regionen
<https://www.aubi-plus.de/ausbildung/branchen/>
- › StudyGreenEnergy. Infoportal zu Studiengängen im Bereich Erneuerbare Energien
www.studygreenenergy.org
- › Galerie der Berufe. Videos und Berufsporträts der Energiewende
www.energiewende-schaffen.de/themen/galerie-der-berufe/
- › Green Day. Jedes Jahr am 12. November, Umweltberufe erleben!
www.greendaydeutschland.de
- › Girls' Day. Mädchen-Zukunftstag zur Berufsorientierung
www.girls-day.de/Maedchen
- › Placemat-Methode **<http://methodenpool.uni-koeln.de/download/placemat.pdf>**



WHO CARES? DU MACHST DEN UNTERSCHIED

BRASILILIEN, PERU, USA, KANADA, TANSANIA, SCHWEIZ UND
DEUTSCHLAND 2013, MARA MURÃO, DOKUMENTARFILM, 92 MIN



INHALT DES FILMS

»Who Cares? Du machst den Unterschied« ist ein Dokumentarfilm über Sozialunternehmer auf der ganzen Welt – begeisternde, charismatische Menschen wie Nobelpreisträger Muhammad Yunus und Ashoka-Gründer Bill Drayton, die die großen Probleme der heutigen Zeit mit Mut, Idealismus, Kreativität und Beharrlichkeit erfolgreich bekämpfen. Im Film schildern sie ihre Träume, ihre Herausforderungen, ihre Sicht der Welt und was sie auf ihrer bewegten Reise über effektives Sozialunternehmertum gelernt haben. »Who Cares« ist ein Film, der inspiriert und ansteckt, selbst anzupacken.

FILMKAPITEL

TIMECODE

Kapitel 1	00:00 – 18:30
Kapitel 2	18:30 – 39:34
Kapitel 3	39:34 – 01:00:09
Kapitel 4	01:00:09 – 01:28:04



UNTERRICHTSAKTIVITÄTEN

»Who Cares?« ermutigt seine Zuschauerinnen und Zuschauer dazu, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, und vermittelt die positive Botschaft, dass jeder dazu beitragen kann, einen Transformationsprozess in Gang zu setzen – hin zu einer lebenswerteren und gerechteren Welt. Er eignet sich als Diskussionsanreiz zum Thema »soziale Kompetenz von Green Economy«.

MODUL 1

FILMDISKUSSION

Die Welt verbessern und soziale Verantwortung übernehmen, das hat sich die neue Generation der sogenannten Changemaker auf die Fahnen geschrieben. Sie setzt dabei auf den Butterfly Effect. Gruppendiskussion zur vertiefenden Auseinandersetzung mit den ethischen und sozialen Fragen, die der Film aufwirft.

AB KLASSE 7

ZEIT 45 Minuten

FACH Ethik, Politik, Sozial- und Gesellschaftskunde, Arbeit-Wirtschaft-Technik, Deutsch

AKTIVITÄTEN & METHODEN

Vor der Filmvorführung werden an die Schülerinnen und Schüler Diskussionsfragen ausgeteilt. 4-6 Personen erhalten die gleiche Fragekarte und bilden eine Diskussionsgruppe. Die Rückseite der Karten ist für Notizen während des Films vorgesehen. Im Anschluss an den Film tauschen sich die Schülerinnen und Schüler in den jeweiligen Teams miteinander aus, beantworten die Fragen und visualisieren ihre Ergebnisse. Diese werden abschließend im Plenum den anderen Gruppen anschaulich mit Hilfe eines Plakats o.ä. präsentiert.

Mögliche Diskussionsfragen:

- › In welchem Zusammenhang habt ihr in letzter Zeit die Bemerkung »Who cares?«, auf Deutsch »Wen interessiert's« gehört? Gibt es da Parallelen zum Film?
- › »Unsere Gewohnheiten bringen uns um«, heißt es im Film. Worauf bezieht sich diese Aussage? Fallen euch ähnliche Beispiele im eigenen Lebensumfeld ein? Sind Gewohnheiten ausschließlich negativ einzuschätzen oder gibt es auch positive Seiten?
- › Welche konkreten Weltverbesserungsmaßnahmen dokumentiert der Film? Welche Reichweite haben diese?
- › Welche »Instrumente« sind notwendig, um selber das Steuer in die Hand zu nehmen? Was schlägt der Film hierzu vor? Was zeichnet Changemaker aus, welche Eigenschaften, Fähig- und Fertigkeiten braucht man als Changemaker?
- › Eine kleine Veränderung kann Großes bewirken, heißt es im Film. Stellvertretend hierfür steht der Butterfly Effect, der sinnbildliche Flügelschlag eines Schmetterlings in Brasilien, der in Texas einen Tornado auslöst (siehe Weblinks). Schließt ihr euch der Meinung an, dass kleine Abweichungen langfristig ein ganzes System verändern können? Welche Beispiele und Argumente liefert der Film dafür?
- › Die Privatisierung von Ideen muss aufhören, so eine Forderung im Film. Welche Begründung wird dazu geliefert? Schließt ihr euch dieser Meinung an?

MATERIAL

Fragekarten entsprechend der Schülerzahl (müssen angefertigt werden), Plakate, Stifte, Moderationsmaterial



Die Schülerinnen und Schüler engagieren sich als Changemaker an der Schule. Sie übernehmen Verantwortung für Umweltbelange und den sozialen Umgang miteinander und leiten Veränderungen im Schulalltag ein.

AB KLASSE	7
ZEIT	Projektwoche
FACH	Ethik, Politik, Sozial- und Gesellschaftskunde, Arbeit-Wirtschaft-Technik, Deutsch
AKTIVITÄTEN & METHODEN	<p><i>Wenn Schule demokratischer, fairer und umweltfreundlicher gestaltet werden, allen Beteiligten Spaß machen und sie in ihrem Leben weiterbringen soll, müssen sich oft noch einige Dinge ändern. Um diesen Veränderungsprozess hin zu mehr Nachhaltigkeit in die Wege zu leiten, gründen die Schülerinnen und Schüler Projektgruppen, die in Anlehnung an den Film als »Social Labs« bezeichnet werden können. Weltweit gibt es bereits mehrere »Changemaker Schools«, die als Inspiration für die folgende Ideenwerkstatt dienen können (siehe Weblinks).</i></p> <p><i>Jede Social-Lab-Gruppe (5-6 Personen) entwickelt eine Idee für eine soziale oder ökologische Innovation an der Schule und überlegt, wie diese umgesetzt werden könnte.</i></p> <p>Vorgehen und Denkprozess in den Gruppen – angelehnt an das Konzept der Zukunftswerkstatt und die Kopfstand-Methode (siehe Weblinks):</p> <ul style="list-style-type: none"> › <i>Kritikäußerung zum Status quo: Was ist an Schule unfair, welche Prozesse sind undemokratisch oder schaden der Umwelt, in welchen Situationen macht Schule keinen Spaß? Was ist die Struktur dahinter, der Kern des Problems? Die Kritik wird in Form eines Schreibgesprächs (siehe Weblinks) auf einem Plakat festgehalten.</i> › <i>Brainstorming zur Ideenentwicklung: Die formulierte Kritik wird nun positiv gewendet, für jeden negativen Punkt auf dem Plakat wird eine positive Entsprechung gesucht. Kreativität und visionäres Denken sind hier gefragt. Um die Ideensammlung »anzuheizen«, können auch Satzanfänge in die Gruppen gegeben werden, z.B.: »Wenn ich 3 Wünsche offen hätte, dann...« (Download der Satzanfänge, siehe Weblinks). Die Ideen werden auf Zetteln notiert und zur Übersicht in die Mitte der Gruppentische gelegt. Danach können Verständnisfragen dazu gestellt werden. Schließlich wird durch Punktwertung eine Idee ausgewählt, die an der Schule umgesetzt werden soll (3 Punkte pro Person).</i> › <i>Ausarbeitung der Idee: Beschreibung der Idee in 5-10 Sätzen und Formulierung eines Slogans: Welcher Slogan transportiert am eindrucksvollsten die Botschaft hinter der Idee?</i> › <i>Überprüfung der Idee durch die ABC-Methode: Ist die Idee wirkungsvoll, hat sie das Potenzial, das Problem grundlegend zu lösen? Jedes Lab-Mitglied schreibt die Buchstaben des Alphabets in vertikaler Richtung auf ein Blatt Papier. Die Buchstaben des Alphabets stellen jeweils einen Impuls, eine Anmerkung zur Idee dar, die daneben geschrieben und ggf. erläutert wird.</i> › <i>Entwurf eines Handlungsplans: Wie kann die Idee umgesetzt werden, welche Maßnahmen sind erforderlich, welche Unterstützung braucht es dafür, was sind die ersten Schritte?</i> › <i>Vorstellung, Diskussion und gemeinsame Bewertung der Handlungspläne im Klassenverband.</i> › <i>Präsentation ausgewählter Handlungspläne vor Kollegium und Schulleitung durch die entsprechenden Gruppen. Vereinbarung darüber, in welcher Form die Ideen an der Schule umgesetzt werden können, welche Nachbesserungen notwendig sind und wer dabei unterstützt.</i> › <i>Umsetzung der Maßnahmen entsprechend dem Handlungsplan. Ggf. Gründung einer AG oder Schülerfirma zur langfristigen Implementierung bzw. zur Umsetzung weiterer Vorschläge.</i>
MATERIAL	Plakate, Stifte, Moderations-material, Papier, Satzanfänge (Download siehe Weblinks)



Nicht alle sind überzeugt, dass Social Entrepreneurs die globalen Probleme unserer Zeit lösen können. So fragt beispielsweise Mischa Täubner in seinem auf ZEIT ONLINE veröffentlichten Artikel »Das Geschäft mit der Güte« kritisch nach, ob sie diese Hoffnung erfüllen können, ihrem Anspruch gerecht werden und welchen Nutzen sie stiften.

AB KLASSE	11
ZEIT	45 Minuten
FACH	Politik, Sozial- und Gesellschaftskunde, Deutsch
AKTIVITÄTEN & METHODEN	<ul style="list-style-type: none"> › Muhammad Yunus hat 2006 für sein Engagement bei der Armutsbekämpfung den Friedensnobelpreis erhalten. Mikrokredite sind aber auch umstritten und in Verdacht, Armut durch Abhängigkeit mitunter noch zu verschärfen. Können Sozialunternehmerinnen und -unternehmer wirklich die Welt umkrempeln, verändern sie das System oder verhelfen sie ihm lediglich zu neuem Glanz? › Die Schülerinnen und Schüler sind aufgefordert mittels einer Internetrecherche dieser Frage auf den Grund zu gehen. Als Hilfestellung können im Vorfeld gemeinsam Suchbegriffe gesammelt werden (z.B. Kritik Soziales Unternehmertum). Kritische Artikel finden sich auch unter Weblinks. › Ihre Ergebnisse veröffentlichen die Schülerinnen und Schüler in Form einer Filmkritik oder eines Blog-Kommentars.
MATERIAL	Computer, Internet

WEBLINKS FÜR DEN UNTERRICHT

- › Ashoka Deutschland. Heimat der Changemaker
<http://germany.ashoka.org/node/2613>
- › Social-Startups.de – Informationsplattform für soziales Unternehmertum
www.social-startups.de
- › Social Labs. The social lab revolution (auf Englisch) www.social-labs.com
<http://socialimpactlab.eu/angebot>
- › Social Impact Lab Berlin, Hamburg, Frankfurt, Leipzig, Duisburg und Potsdam. Beispiele für soziale Unternehmen
<http://berlin.socialimpactlab.eu/community>, <http://hamburg.socialimpactlab.eu/community>, <http://leipzig.socialimpactlab.eu/community>, <http://duisburg.socialimpactlab.eu>, <http://potsdam.socialimpactlab.eu>
- › Changemaker Schools, Ashoka (auf Englisch) <https://startempathy.org/schools>
- › Social Lab Köln. Gründerzentrum für Social Entrepreneurship im Schul- und Bildungsbereich <http://sociallab-koeln.de>
- › Meine Firma soll die Welt verbessern, Söhnke Callsen, ZEIT ONLINE, 21.05.2012
<http://www.zeit.de/karriere/beruf/2012-04/soziales-unternehmertum/komplettansicht>
- › Das Geschäft mit der Güte. Sozialunternehmer sind die neuen Lieblinge der Wirtschaft. Sie werden umgarnt, gefördert und gefeiert. Aber welchen Nutzen stiften sie? Mischa Täubner, ZEIT ONLINE, 30.11.2013
www.zeit.de/wirtschaft/2013-09/Brandeissozialunternehmen
- › Das Changemaker Manifest, Utopia
www.utopia.de/userfiles/download/redaktion/changemakermanifest_abschluss_otto_group.pdf
- › Kommentare auf Utopia zum Changemaker Manifest
www.utopia.de/gruppen/ich-bin-utopia-547/diskussion/changemaker-manifest-181671
- › Sozialunternehmer. Erfolg macht verdächtig, Anja Tiedge, Spiegel Online, 06.04.2011
www.spiegel.de/karriere/berufsleben/sozialunternehmer-erfolg-macht-verdaechtig-a-755210.html
- › Nachhaltige Entwicklung – Begreifen-Umsetzen-Gestalten. Handreichung zur schulischen und außerschulischen Bildungsarbeit mit Kindern und Jugendlichen, Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung 2015
www.umwelterziehung.de/download/Kroatien/Handreichung_Nachhaltige%20Entwicklung%20-%20%20Begreifen-Umsetzen-Gestalten_deutsch.pdf
- › Methode Zukunftswerkstatt, Methodenpool der Bundeszentrale für politische Bildung www.bpb.de/lernen/formate/methoden/62269/methodenkoffer-detailansicht?mid=194
- › Butterfly Effect: Der Schmetterlingseffekt – Scienceslam Frankfurt 2013 (Video)
www.youtube.com/watch?v=IPhmcKH8CYs
- › Kopfstand-Methode, zeitzeleben.de
www.zeitzeleben.de/29287-video-kopfstandmethode/?beta
- › ABC-Methode, Atelier für Ideen
www.ideenfindung.de/ABC-Methode-Kreativ%C3%A4tstechnik-Brainstorming-Ideenfindung.html
- › Satzanfänge Modul 2 zum Download (8. Zukunftsvisionen 2050 > Kartenabfrage Satzanfänge Zukunftswerkstatt)
www.ufu.de/de/projekte/lehrerbildung/skripte.html



FRAUENUNTERNEHMEN GREEN ECONOMY

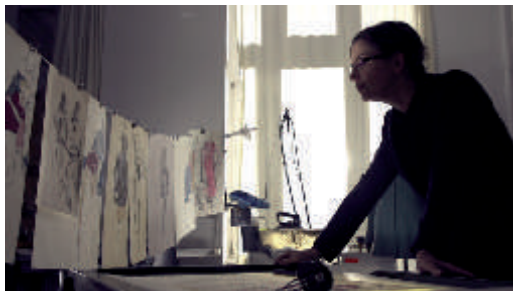
DEUTSCHLAND 2014, RUTH OLSHAN, KURZFILM, 12 MIN

» KURZFILM



INHALT DES FILMS

Gründen Frauen grüner? Sind Frauenunternehmen sozial gerechter? Diesen Fragen geht LIFE e.V. in dem Videofilm FrauenUNTERNEHMEN Green Economy nach. Darin berichten drei vorbildhafte Unternehmerinnen – Karin Jordan vom Modelabel Jordan, Katharina Guntermann von Fräulein Burger und Ulrike Saade von velo:konzept – wie sich die Idee von einem nachhaltigem Unternehmen konkret umsetzen lässt und was nachhaltiges Wirtschaften im Unternehmensalltag bedeutet. Jede einzelne von ihnen nähert sich anders dem komplexen Thema »Grünes Wirtschaften« und setzt ihre eigene Vision einer besseren Welt um. Deutlich wird dabei, dass es nicht »nur« um ein grünes Wirtschaften geht, sondern auch um gerechte Verteilung, und damit um innovative unternehmerische Gestaltung.



UNTERRICHTSAKTIVITÄTEN

Diese Kurzdokumentation macht deutlich, wie die Green Economy ganz konkret umgesetzt werden kann: Sie zeigt Unternehmerinnen, die sozial gerecht und ressourcenschonend wirtschaften und so die ökologischen Grenzen achten. Neben dem Genderaspekt steht soziale Innovation im Mittelpunkt des Beitrags.

MODUL 1

FILMDISKUSSION

M&M Motivationsanalyse und Maßnahmencheck: Was motiviert die porträtierten Unternehmerinnen, nachhaltig zu wirtschaften? Welche unternehmerischen Entscheidungen haben sie diesbezüglich getroffen? Wo stoßen sie an Grenzen?

AB KLASSE 9

ZEIT 30 Minuten

FACH Arbeit-Wirtschaft-Technik

AKTIVITÄTEN & METHODEN

Aus einer Lostrommel ziehen die Schülerinnen und Schüler eine Fragekarte, die sie nach dem Film schriftlich beantworten. Auf der Rückseite der Karte machen sie sich während der Filmvorführung Notizen. Für die schriftliche Beantwortung der Frage wird eine Mindesttextlänge vorgegeben (halbe bis eine Seite). Die Auswertung erfolgt in der Folgestunde in Partnerarbeit. Texte werden ausgetauscht, gegengelesen und dann schriftlich in einem kurzen Kommentar bewertet: Wurde die Frage in vollem Umfang argumentativ schlüssig beantwortet? Welche Punkte sind offen geblieben? Diese werden zum Abschluss mündlich geklärt, eventuell mit Hilfe anderer Teams, welche die gleichen Fragestellungen bearbeitet haben.

- › Gibst du Katharina Guntermann von Fräulein Burger mit ihrer Einschätzung recht, dass die Welt anders wäre, »wenn jeder irgendwie was anderes machen würde«? Wie würde sie auf Nachfrage ihre Einschätzung erläutern?
- › In der Filmbeschreibung wird behauptet, dass Frauen grüner gründen und Frauenunternehmen sozial gerechter sind. Wie stehst du dazu? Ist das auch deine Erfahrung?
- › Was ist die Motivation der drei porträtierten Frauen für die sozial gerechte und ressourcenschonende Ausrichtung ihrer Kleinunternehmen?
- › Welche konkreten sozialen und ökologischen Entscheidungen haben die drei Frauen für ihre Unternehmen getroffen und umgesetzt? Welche Beispiele liefert der Film für a) ökologische Aspekte in der Produktion bzw. Dienstleistung, b) den bewussten Umgang mit Ressourcen und c) faire, sozial gerechte Arbeitsbedingungen?
- › Es ist nicht einfach, nachhaltiges und wirtschaftliches Handeln im Unternehmen unter einen Hut zu bringen. Auf der einen Seite steht der Anspruch, möglichst wenige Ressourcen zu verbrauchen und entsprechend weniger zu konsumieren, auf der anderen Seite die wirtschaftlichen Interessen des Unternehmens. Wie gehen die Unternehmerinnen mit diesen (scheinbaren) Widersprüchen um? Welche Lösungen finden sie? An welchen Punkten machen sie Abstriche, an welchen nicht?
- › Die freie Wahl haben, etwas Gutes oder Schlechtes zu verkaufen, einen Anstoß zu geben oder eben nicht zu geben. Stimmt du der Aussage zu, dass alle Unternehmensgründerinnen bzw. -gründer die freie Wahl haben ihr Unternehmen an den Prinzipien der Nachhaltigkeit auszurichten?
- › Katrin Jordan, Gründerin des Berliner Labels Jordan, bezieht ressourcenschonendes Handeln nicht nur auf den Produktionsprozess, sondern auch auf die Arbeitskraft. Was meint sie damit konkret?
- › Was macht das soziale Miteinander im nachhaltigen Unternehmen aus? Was berichten die drei Frauen dazu?
- › Welches soziale Engagement entwickeln die Unternehmerinnen? Wie engagieren sie sich gesellschaftlich bzw. politisch über den reinen Wirtschaftsprozess hinaus?

MATERIAL

Lostrommel, Fragekarten entsprechend der Schülerzahl (müssen angefertigt werden)



Die Schülerinnen und Schüler entwerfen »grüne« Musterunternehmen auf dem Papier und lernen im gestalterischen Prozess, die Prinzipien der Nachhaltigkeit anzuwenden. »Jede Gründung beginnt mit einer guten Idee. Doch bevor aus dieser Idee ein Businessplan mit Hand und Fuß wird, müssen die angehenden Gründer die Idee konkretisieren, von allen Seiten beleuchten und ein konkretes Geschäftsmodell entwickeln.« So steht es bei startup4climate.de und daran orientiert sich das konzeptionelle Vorgehen.

AB KLASSE	9
ZEIT	1–2 Projekttag
FACH	Arbeit-Wirtschaft-Technik
AKTIVITÄTEN & METHODEN	<p>Die Schülerinnen und Schüler entwerfen in Gruppenarbeit nachhaltige Unternehmenskonzepte für grüne Startups, die sowohl wirtschaftlich tragfähig als auch sozial gerecht, umwelt- und klimafreundlich sind. Als Best-Practice-Beispiele dienen die im Film vorgestellten Unternehmen. Ergänzend können sich die Jugendlichen im Internet über »grüne« Unternehmensgründung und Corporate Social Responsibility informieren (siehe Weblinks). Zur Auswertung der Konzepte werden nach Möglichkeit Jungunternehmerinnen und -unternehmer aus der Region eingeladen. Sie sollen den Schülerinnen und Schülern eine ehrliche Rückmeldung zur Umsetzbarkeit der präsentierten Geschäftsideen geben.</p> <p>Die Konzeptentwicklung erfolgt in mehreren Schritten (hierzu ggf. ein Arbeitsblatt anfertigen):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Geschäftsidee entwickeln: Welche Produkte wollt ihr verkaufen, welche Dienstleistungen anbieten? 2. Geschäftsmodell skizzieren (angelehnt an Business Model Canvas, siehe Weblinks): Konkretisiert eure Geschäftsidee und macht Angaben zu: Angebot (Produkte und/oder Dienstleistungen), Abläufen im Unternehmen (Abteilungen, Organisationsstrukturen), Ausstattung (Technik, Maschinen, Büromaterial, Rohstoffe), Know-how der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (fachliche Kompetenzen, berufliche Qualifikationen), Geschäftspartnern, Kundenbeziehungen, Vertriebskanälen und Finanzierung. 3. Überlegt euch, in welchen Schritten das Produkt hergestellt wird und an welchen Stellen Nachhaltigkeit eine Rolle spielen könnte: Rohstoffgewinnung, Verarbeitung und Herstellung, Transport, Verpackung, Verkauf, Entsorgung bzw. Recycling. Wenn euer Unternehmen (auch) Dienstleistungen anbietet, überlegt, inwiefern auch hier Nachhaltigkeitsaspekte eine Rolle spielen könnten. An welchen Punkten ist unterschiedliches Handeln möglich? Wo müsst ihr entscheiden, welcher Weg umweltschädlich oder umweltfreundlich, unfair oder sozial gerecht ist? Welche Konsequenzen finanzieller, organisatorischer und zeitlicher Art hätten diese Entscheidungen? 4. Haltet schriftlich fest, wie im Unternehmen und innerhalb der Wertschöpfungskette a) Ressourcen eingespart und wiederverwendet werden, b) Prozesse umwelt- und klimafreundlich gestaltet werden und c) Arbeitsbedingungen sozial gerechter organisiert werden können. 5. Welche Fragen könnt ihr nicht klären? Notiert sie euch für das Gespräch mit den eingeladenen Unternehmerinnen und Unternehmern. 6. Visualisiert abschließend euer nachhaltiges Businesskonzept auf einem Plakat und/oder Flyer und bereitet eine 15-minütige Präsentation vor.
MATERIAL	Arbeitsblatt für Konzeptentwicklung (muss angefertigt werden), ggf. Computer, Internet, Plakate



WEBLINKS FÜR DEN UNTERRICHT

- › Sustainable Business Model Canvas (Slideshow auf Englisch)
<http://de.slideshare.net/StefaanVandist/sustainable-business-model-canvas>
- › Corporate Social Responsibility, Lexikon der Nachhaltigkeit
www.nachhaltigkeit.info/artikel/corporate_social_responsibility_unternehmerische_1499.htm
- › Gründerinitiative für die Green Economy <http://startup4climate.de>
- › Deutschlandkarte für grüne Start-ups und grüne Gründer
www.green-alley.de/ger/Green-Alley/Neuigkeiten/Deutschlandkarte-fuer-gruene-Start-ups-und-gruene-Gruender
- › Nachhaltige Unternehmen aus der Rubrik grüne Startups
www.umwelthauptstadt.de
www.umwelthauptstadt.de/nachhaltige-unternehmen/gruene-startups
- › Grüne Startups: 5 Regeln für erfolgreiche Jungunternehmer, Marius Hasenheit, WiWo Green 05.01.2015
<http://green.wiwo.de/gruene-startups-5-regeln-fuer-erfolgreiche-jungunternehmer/>
- › Social-Startups.de – Informationsplattform für soziales Unternehmertum
www.social-startups.de
- › Greening Europe's Economy. Guidelines for green start-ups, UnternehmensGrün e.V. (auf Englisch)
www.ecopreneur.eu/de/wp-content/uploads/2015/05/P140291_Greening_Europes_Economy_Handout_WEB.pdf
- › Netzwerk SCHULEWIRTSCHAFT www.schulewirtschaft.de
- › Portal Schule Wirtschaft, Institut Unternehmen & Schule GmbH
www.portal-schule-wirtschaft.de
- › Nachhaltige Schülerfirmen: Know-how-Kiste, NaSch21
www.nasch21.de/kiste/kiste_00.html



GREEN ECONOMY

FRANKREICH 2013, YANN ARTHUS-BERTRAND,
10 MIN

» KURZFILM



INHALT DES FILMS

Mit hoher ästhetischer Filmkunst und Dynamik zeigt der französische Regisseur Yann Arthus-Bertrand atemberaubende Luftaufnahmen und emotionale Bilder von einer wünschenswerten Green Economy und ihrem Gegenpol. In diesem kontrastreichen Film gelingt es dem Autor überzeugend die Vision und Realisierung einer »besseren« Welt darzustellen, in der Ökosysteme und Menschen respektiert werden.



UNTERRICHTSAKTIVITÄTEN

Der Film lebt von seinen eindrucksvollen Bildern, die nicht nur die Kosten der Umweltzerstörung und die Grenzen des wirtschaftlichen Wachstums anschaulich vermitteln, sondern auch den Weg hin zu einer Green Economy aufzeigen. Die wichtigsten, allgemeinen Zusammenhänge und Problematiken werden leicht verständlich präsentiert und bieten einen guten Einstieg in das Thema.

MODUL 1

SILENT VIEWING. BILDERFLUT

Zweimal hintereinander wird der Film gezeigt, einmal ohne und einmal mit Ton. So können die Jugendlichen erst die Bilder und dann die Fakten auf sich wirken lassen, bevor sie in die Tiefe gehen und ihre eigenen Untersuchungen anstellen.

AB KLASSE	7
ZEIT	115 Minuten
FACH	Geografie, Arbeit-Wirtschaft-Technik, Deutsch
AKTIVITÄTEN & METHODEN	<p><i>Der Film wird zunächst ohne Ton und Untertitel gezeigt, sodass die Schülerinnen und Schüler sich ausschließlich auf die Bilder konzentrieren und diese auf sich wirken lassen können.</i></p> <p><i>Danach tauschen sie sich über die Wirkung der Bilder aus und stellen Vermutungen an, wovon der Film handelt, welche Botschaften er (über die Bildsprache) vermittelt:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> › <i>Welche Aufnahmen im Film haben euch am meisten beeindruckt? Warum?</i> › <i>Was erzählen euch diese Bilder? Welche Botschaften möchte der Regisseur Yann Arthus-Bertrand damit vermitteln?</i> › <i>Wovon handelt der Film, den Bildern nach zu urteilen? Welche Informationen könnt ihr den Bildern entnehmen?</i> <p><i>Anschließend</i></p> <ul style="list-style-type: none"> › <i>Im nächsten Schritt erhalten die Schülerinnen und Schüler ein Arbeitsblatt mit Zitaten aus dem Film (siehe hinten). Hierbei handelt es sich um Fakten in Form von Zahlen, zu denen zunächst eine Einschätzung vorgenommen werden soll (erste Lücke). Während der zweiten Filmvorführung mit Ton sollen die Jugendlichen ihre Schätzungen überprüfen und den korrekten Wert in die zweite Lücke eintragen. Auf diese Weise wird zum einen die Aufmerksamkeit bei der Rezeption erhöht, gleichzeitig werden Aha-Effekte durch Abweichungen von der Realität induziert.</i> › <i>Im Anschluss diskutieren die Schülerinnen und Schüler in Gruppen (oder im Klassenverband), welche Schlüsselbotschaften und Schlüsselerkenntnisse sie aus dem Film mitnehmen?</i> › <i>Der Film wirft zahlreiche Fragen auf, die nicht beantwortet werden, und liefert viele Fakten, die zwar in den Kontext der Green Economy gestellt werden, jedoch ohne Hintergründe und Zusammenhänge zu erläutern. Dadurch bietet der Film den Anstoß mittels Rechercheaufträgen, sich vertiefend über verschiedene Themenbereiche zu informieren. Hier kommen die Filmzitate als Themeneingrenzung wieder ins Spiel: Die Jugendlichen suchen sich ein Zitat vom Arbeitsblatt aus, zu dem sie weitere Recherchen anstellen möchten. Ihre Rechercheergebnisse halten sie abschließend in einem Kurzreferat, auf einem Plakat oder in Form einer Powerpoint-Präsentation fest und stellen sie abschließend der Klasse vor. Zum Arbeitsauftrag gehört, Fragen zu formulieren, welche die Internetrecherche strukturieren. Auch ein Bezug zur Green Economy soll hergestellt werden. Als Hilfestellung können die strukturierenden Fragen auf Tippkarten vorgegeben werden.</i>
MATERIAL	Arbeitsblatt, Tippkarten (müssen angefertigt werden), Computer und Internet, Präsentationsmaterial (z.B. Plakat)



HIER GEHT ES UM DEINE EINSCHÄTZUNG, DIE SPÄTER IM FILM AUFGELÖST WIRD. DIE ZAHLEN BEZIEHEN SICH AUF DIE GANZE WELT. HALTE DEINE SCHÄTZUNG IN DER ERSTEN LÜCKE FEST, KORRIGIERE, WENN NOTIG IN DER ZWEITEN LÜCKE.

1. In einem Zeitraum von 20 Jahren hat das Wirtschaftswachstum _____ / _____ Menschen hauptsächlich in Asien aus der Armut befreit. Die Anzahl der Kinder, die keine Schule besuchen, sank um _____ / _____ %.
Die Lebensmittelproduktion stieg um _____ / _____ %.
2. _____ / _____ Hektar Waldfläche verschwinden jedes Jahr.
3. Arten sterben _____ / **bis** _____ mal schneller aus als früher.
4. _____ / _____ Menschen leben unterhalb der Armutsgrenze.
5. Im Verlauf des letzten Jahrhunderts ist der Erz- und Mineralabbau jedoch um das _____ / _____ -fache gestiegen. Jedes Jahr werden _____ / _____ Tonnen Material abgebaut.
6. Die Energieeffizienz ist heute bereits _____ / _____ % besser als noch vor 20 Jahren.
7. Es gibt ungefähr _____ / _____ Fahrzeuge auf dieser Welt.
Sie verantworten mehr als die Hälfte des Kraftstoffverbrauchs.
8. Ungefähr _____ / _____ % der weltweit verbrauchten Energien wird von Gebäuden benötigt. (Hinweis: im Film wird hier eine Bruchzahl genannt)
9. Mit der derzeit verfügbaren Technologie kann der Energieverbrauch von neu errichteten Gebäuden um _____ / _____ % reduziert werden.
Die Baukosten steigen dabei nur um _____ / _____ %.
10. Jedes Jahr werden _____ / _____ Tonnen Feststoffabfälle gesammelt.
11. 15-30 % der Lebensmittel, die in Entwicklungsländern produziert werden, werden durch schlechte Lager- oder Transportbedingungen eingebüßt.
In reichen Ländern werden _____ / _____ % der Lebensmittel weggeschmissen, bevor Haushalte sie verbrauchen oder Supermärkte sie verkaufen können. (Hinweis: im Film wird hier eine Bruchzahl genannt)
12. 1 % des globalen Bruttoinlandsprodukts (BIP) muss investiert werden, um den Klimawandel zu bekämpfen. Tatenlosigkeit hingegen kostet _____ / **bis** _____ mal mehr, ca. 5.000 Milliarden Dollar, mehr als ein Weltkrieg.
13. Heute werden zwischen _____ / _____ **und** _____ Dollar für die Subventionierung fossiler Energien ausgegeben, die den Treibhauseffekt verstärken, intensive Landwirtschaft, die den Boden ruiniert und die Biodiversität bedroht, und nicht nachhaltige Fischerei, die Fischbestände zerstört.

DAS KANN DIR HELFEN ... > 7,3 Milliarden Menschen leben auf der Welt > 3,5 bis 3,9 Milliarden Hektar Waldfläche weltweit
> Du kannst mit Millionen (Mio.) und Milliarden (Mrd.) abkürzen

MODUL 2

GREEN ECONOMY SCRIBBLES

Eine zeichnerische Annäherung an das Thema Green Economy.

AB KLASSE 7

ZEIT 30 Minuten

FACH Arbeit-Wirtschaft-Technik, Sozial- und Gesellschaftskunde

AKTIVITÄTEN & METHODEN

- › In einer Mindmap halten die Schülerinnen und Schüler ihre Assoziationen zum Thema »Green Economy« fest (5-minütiges Brainstorming vor dem Film).
- › Nach der Filmvorführung tauschen sie sich zu zweit über neue Erkenntnisse zum Thema aus und ergänzen damit ihre Mindmaps.
- › Die Mindmaps sind die Basis für den nächsten Schritt: die Erstellung eines Scribbles. Ein Scribble enthält Bild- und Text-elemente in Form von Skizzenzeichnungen und Stichpunkten, die z.B. mit Pfeilen zueinander in Beziehung gesetzt oder durch Nummern in eine Ordnung gebracht werden können. Mit einem Scribble können Zusammenhänge dargestellt, Prozesse visualisiert oder auch Bewertungen vorgenommen werden.
- › Aufgabenstellung für das Scribble: Skizziert den Transformationsprozess von unserem heutigen Wachstumsmodell hin zu einer Green Economy. Warum dieser Wandel, mit welchem Ziel? Wer sind die Akteurinnen und Akteure? Welche Entscheidungen müssen (jetzt) getroffen werden? Welcher Schritte bedarf es, welche Hürden sind zu nehmen? Wie sieht das »neue« Wirtschaftsmodell aus? Wovon ist es geprägt, was sind die wichtigsten Merkmale?

MATERIAL

Mindmaps, Aufgabenstellung an Tafel oder auf Arbeitsblatt, Papier, Zeichenwerkzeug

MODUL 3

NATUR UND ÖKONOMIE – GESPRÄCHE ÜBER DEN WERT DER NATUR

Wie viel ist ein Baum wert? Oder ein Vogel? Oder ein ganzer Wald? Ist es überhaupt möglich, das zu benennen? Eine philosophische Runde über den Wert der Natur und die Frage, inwieweit Kosten-Nutzen-Rechnungen legitim und zielführend sind.

AB KLASSE 7

ZEIT 30 Minuten

FACH Ethik, Deutsch, Sozial- und Gesellschaftskunde

AKTIVITÄTEN & METHODEN

An die Tafel werden ein Baum, ein Vogel und ein Wald gezeichnet, mit jeweils einem Euro-Zeichen daneben. Vor der Filmvorführung sollen die Schülerinnen und Schüler einen Preis festlegen, den diese in ihren Augen haben. Diese Aufgabe löst eine Diskussion über den Wert von Ökosystemen, Naturdienstleistungen und Lebewesen aus, die mit Verweis auf den Film »Green Economy« unterbrochen und nach dem Film wieder aufgenommen werden kann.

Fragen für die philosophische Runde nach der Filmvorführung:

- › »All diese Veränderungen haben einen Preis«, heißt es im Film. Welche Veränderungen sind hier gemeint? Findet ihr es legitim, richtig, sinnvoll einen Preis für die Natur und ihre Lebewesen festzulegen, um zu verstehen, wie wertvoll sie sind?
- › Kann und soll man überhaupt ihren Wert beziffern? Welche Position nimmt der Regisseur ein, wie wird sie im Film begründet? Wie seht ihr das?
- › Was ist der Unterschied zwischen Preis und Wert? Findet dafür Beispiele aus eurem Alltag. Was kann nicht mit Geld bezahlt werden? Welche »Dinge« haben für euch einen Wert, aber keinen Preis, können nicht verkauft oder erkauft werden?
- › Nicholas Stern hat in Bezug auf den Klimawandel berechnet, dass Nichtstun mehr kostet. Gibt es andere Beispiele auf globaler oder lokaler Ebene, wo Tatenlosigkeit ebenfalls zu höheren Kosten führt? Fallen euch in Bezug auf euer eigenes Leben Situationen ein, in denen das so ist?

Anhand der Gegenüberstellung »grüner« und »nicht grüner« Unternehmensporträts werden der Transformationsprozess hin zu einer Green Economy und die damit verbundenen Berufsbilder greifbar. Ein designorientiertes Gedankenexperiment.

AB KLASSE	9
ZEIT	2 – 3 Projektstage
FACH	Arbeit-Wirtschaft-Technik, Sozial- und Gesellschaftskunde, fächerübergreifend
AKTIVITÄTEN & METHODEN	<p><i>Im Film werden exemplarisch vier Arbeitsfelder vorgestellt, in denen eine Transformation hin zur Green Economy stattfindet: Energieversorgung, Transport (Mobilität), Gebäude und Abfall.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> › <i>Es wird in 4-er-Gruppen gearbeitet, jede Gruppe beschäftigt sich mit einem der o.g. Arbeitsfelder (Doppelbesetzungen möglich). Bereits während der Filmvorführung sollen die Gruppen ihrem Feld besondere Aufmerksamkeit widmen. Dafür zeichnet jede/r eine Tabelle auf ein Blatt Papier mit zwei Spalten: a) derzeitiges Wirtschaftsmodell, b) Green Economy. Über die Tabelle wird das jeweilige Arbeitsfeld notiert, in der Tabelle während der Filmvorführung entsprechend der Tabellenüberschriften Stichpunkte festgehalten.</i> › <i>Für die tabellarische Mitschrift werden folgende Fragen an die Tafel geschrieben: Wie ist das gewählte Arbeitsfeld in unserem derzeitigen Wirtschaftsmodell strukturiert? Was würde sich in einer »Green Economy« ändern? Welche Prinzipien dominieren, wie ist es organisiert? Wie »ticken« dort angesiedelte Unternehmen?</i> › <i>Nach der Filmvorführung arbeiten die Gruppen diese Fragen weiter aus, definieren Merkmale, stellen Unterschiede heraus und erläutern, was sich im Zuge des Transformationsprozesses in Bezug auf ihr gewähltes Arbeitsfeld schon verändert hat und zukünftig verändern würde. Die Tabelle dient als Grundlage für den weiteren Arbeitsprozess.</i> › <i>Um die Unterschiede greifbar zu machen, gestalten die Gruppen zwei Unternehmenswebseiten: für ein typisches Unternehmen aus ihrem Arbeitsfeld, das dem derzeitigen Wirtschaftsmodell (Modell A) zugeordnet werden kann, und für ein Unternehmen, das sich der Green Economy verschreibt (Modell B). Zwei Personen aus der Gruppe kümmern sich um den Webauftritt zu Modell A, die anderen beiden um den Webauftritt zu Modell B, tauschen sich dabei aber regelmäßig in der Gruppe aus.</i> › <i>Die Homepage des Unternehmens soll folgende Rubriken beinhalten (die jeweils separat auf einer Seite dargestellt werden):</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Über uns (Unternehmensphilosophie, Team, ...) 2. Produkte, Dienstleistungen 3. Jobs (Stellenangebot mit Jobbeschreibung, Anforderungen, ...) 4. News (Interview mit einer Azubine bzw. einem Azubi zum Arbeitsalltag, den Abläufen im Unternehmen, den mit dem Beruf verfolgten Zielen, ...) › <i>Je nach Zeitaufwand und räumlichen Bedingungen werden die Inhalte für den Webauftritt am Computer mit einem Textverarbeitungsprogramm oder handschriftlich auf weißem Papier erarbeitet und gelayoutet (mit Fotos aus dem Netz bzw. Skizzenzeichnungen). Bevor die Gruppen loslegen, sollen sie sich 2-3 Webauftritte von Unternehmen aus ihrem jeweiligen Arbeitsfeld anschauen. Wenn Zeit und Know-how vorhanden sind, kann der Webauftritt auch mit Word Press, einer freien Software zur Erstellung von Webseiten, gestaltet werden (siehe Weblinks).</i> › <i>Die Präsentation der Webseiten in Form eines Paper Prototyping erfolgt in zwei Runden. Dafür werden die gelayouteten Texte ausgedruckt und im Klassenraum verteilt ausgelegt, Modell A und B jeweils nebeneinander. In Runde 1 sieht die erste Hälfte der Klasse die Entwürfe, wobei jeweils eine Person pro Webauftritt Rede und Antwort steht. In Runde 2 wird gewechselt.</i>



Zum Abschluss erfolgt eine gemeinsame Reflektion der Ergebnisse im Klassenverband:

- › Was unterscheidet die beiden Unternehmensprofile voneinander in Hinblick auf Unternehmensphilosophie, Arbeitsalltag, Produkte und Dienstleistungen, Berufsprofile etc.
- › Was sind die jeweiligen Vor- und Nachteile?
- › Hinter welchem Konzept steht ihr?
- › Wie kann der Transformationsprozess hin zur Green Economy gestaltet werden? Welche Hürden sind zu nehmen?
- › In welcher Weise verändern sich Arbeitsfelder und Berufsbilder? Welche Erkenntnisse nehmt ihr für eure eigene Berufswahl mit?

MATERIAL

Computer, Internet, weißes Papier

LÖSUNGEN FÜR DAS ARBEITSBLATT ZU MODUL 1

1a: 660 Mio. / **1b:** 47 % / **1c:** 45 % / **2:** 5,2 Mio. Hektar / **3:** 100 – 1.000 Mal / **4:** 2 Mrd. / **5a:** 27-fache / **5b:** 68 Mrd. Tonnen / **6:** 23 % / **7:** 1 Mrd. / **8:** 33 % (1/3)
9a: 50 % / **9b:** 10 % / **10:** 11 Mrd. / **11:** 33 % (1/3) / **12:** 5 – 10 Mal / **13:** 1.000 und 1.200 Milliarden

WEBLINKS FÜR DEN UNTERRICHT

- › Green Growth, Green Economy, Green New Deal, Lexikon der Nachhaltigkeit www.nachhaltigkeit.info/artikel/green_growth_green_economy_green_new_deal_1842.htm
- › »Green Economy«, was ist das eigentlich? Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND) www.bund.net/index.php?id=15730
- › Memorandum für eine Green Economy – Eine gemeinsame Initiative des BDI und BMU, 2012 [www.bmub.bund.de/service/publikationen/downloads/details/artikel/memorandum-fuer-eine-span-langengreen-economyspan/?tx_ttnews\[backPid\]=289](http://www.bmub.bund.de/service/publikationen/downloads/details/artikel/memorandum-fuer-eine-span-langengreen-economyspan/?tx_ttnews[backPid]=289)
- › STERN REVIEW: Wirtschaftliche Aspekte des Klimawandels, deutsche Zusammenfassung des Stern-Reports www.deutsches-klima-konsortium.de/fileadmin/user_upload/2011_Downloads/061130_Stern-Report_-_Zusammenfassung.pdf
- › Deutschland auf dem Weg in eine »Green and Fair Economy«? Eine NGO-Perspektive als Beitrag zu Rio20+, Germanwatch 2012 <https://germanwatch.org/de/download/3900.pdf>
- › Green Economy Gründungsmonitor 2014 <http://startup4climate.de/aktivitaeten/gruendungsmonitor/>
- › Arbeit und Qualifikation in der Green Economy, Umweltbundesamt 2014 www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/ui_b_03_2014_green_economy.pdf
- › Green Jobs: Beschäftigungswirkungen einer Green Economy, Dr. Klaus Jacob, Rainer Quitzow und Holger Bär – Forschungszentrum für Umweltpolitik, Freie Universität Berlin, hrsg. GlZ www.polsoz.fu-berlin.de/polwiss/forschung/systeme/ffu/aktuell/001-dateien/2014_Green-Jobs_web1.pdf
- › Greenjobs.de – Jobbörse für Umweltfachkräfte www.greenjobs.de
- › NachhaltigeJobs.de – Job- und Karriereplattformen im Bereich Nachhaltigkeit, CSR, NGO und Umwelt www.nachhaltigejobs.de
- › Forschungsagenda Green Economy, Bundesministerium für Bildung und Forschung www.bmbf.de/pub/Green_Economy_Agenda.pdf
- › Schöne Grüne Welt. Über die Mythen der Green Economy, Rosa Luxemburg Stiftung 2013 www.rosalux.de/fileadmin/rls_uploads/pdfs/Argumente/lux_argu_GreenEconomy_dt_3.pdf
- › Naturkapital Deutschland – TEEB DE (2012): Der Wert der Natur für Wirtschaft und Gesellschaft – Eine Einführung. München, ifuplan; Leipzig, Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung – UFZ, Bonn, Bundesamt für Naturschutz www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/themen/oekonomie/teeb_de_einfuehrung_1seitig.pdf
- › Arbeitsmaterial »Grüne« Wirtschaft? Der Unternehmens-Check, Umwelt im Unterricht, BMUB [www.umwelt-im-unterricht.de/index.php?id=137&tx_cpsui_materiallisting\[material\]=352&tx_cpsui_materiallisting\[action\]=show&tx_cpsui_materiallisting\[controller\]=Material&no_cache=1](http://www.umwelt-im-unterricht.de/index.php?id=137&tx_cpsui_materiallisting[material]=352&tx_cpsui_materiallisting[action]=show&tx_cpsui_materiallisting[controller]=Material&no_cache=1)
- › WorldPress <http://wpde.org>



BIO AUF DER HAUT

DEUTSCHLAND 2014, REINHARD HAAS, WDR, 14 MIN

» TV-BEITRÄGE



INHALT DES FILMS

Mehr als die Hälfte der in Deutschland verkauften Kleidung kommt aus Asien, fast der gesamte Rest aus anderen Billiglohnländern. Katrin Gammisch zeigt, dass es auch anders geht: Bio-Mode »made in Germany«. Seit fünf Jahren setzt die Düsseldorfer Modedesignerin mit ihrem Label »Kaethe Maerz« ausschließlich auf heimisches Handwerk und auf Nachhaltigkeit. Ihr Anliegen ist es dabei, Stoffe aus Bio-Baumwolle und Recyclingfasern zu verwenden. Genäht werden ihre Sachen in Nettetal – in einer der letzten bei uns noch existierenden Lohnnähereien, die dort von Heinz-Peter Brüster und seinem kleinen »Näherteam« in dritter Generation betrieben wird. Die Reportage zeigt Katrin Gammisch bei ihrer kreativen Arbeit in ihrem Düsseldorfer Atelierladen.



UNTERRICHTSAKTIVITÄTEN

Dieses Porträt zeigt, wie sich eine Jungdesignerin mit einer Nachhaltigkeitsvision in der Modebranche vom Mainstream abhebt und eine Alternative zur Produktion in Billiglohnländern umsetzt. Thematisch ergeben sich daraus mögliche Unterrichtseinheiten zu Berufsperspektiven im Bereich Design und Herstellung von (Bio-)Mode »made in Germany« und zur Gegenüberstellung von heimischer Produktion und jener aus Billiglohnländern sowie zur Frage nach Herkunft und Herstellung der Materialien.

MODUL 1

FILMDISKUSSION

Noch hängen in den wenigsten Kleiderschränken fair und ökologisch produzierte T-Shirts, Pullis und Hosen. Eine erste Orientierung, warum das so ist, welche Veränderungen in puncto Nachhaltigkeit wünschenswert wären und welche Rolle persönliche Kaufentscheidungen spielen.

AB KLASSE 7

ZEIT 30 Minuten

FACH Arbeit-Wirtschaft-Technik

AKTIVITÄTEN & METHODEN

- › *Stiller Impuls:* In der Klasse werden verschiedene Kleidungsstücke herumgereicht. Die Schülerinnen und Schüler sollen einschätzen, welche davon »bio« bzw. »öko« sind und welche nicht. Es entspannt sich eine Diskussion darüber, ob Bio-Mode von konventioneller Mode äußerlich zu unterscheiden ist – am Stoff, am Style, an den Farben ...
- › Danach wird der Film geschaut. Während der Vorführung sollen die Schülerinnen und Schüler in einer Tabelle die Vor- und Nachteile von Bio-Mode notieren, die im Film zur Sprache kommen. Die Notizen dienen als Grundlage für die anschließende Diskussion.

Mögliche Diskussionsfragen:

- › Welche neuen Informationen und Erkenntnisse hat der Film euch persönlich gebracht?
- › Warum kommt für Katrin Gammisch nur Bio-Mode in Frage? Findet ihr ihre Argumente überzeugend? Welche Auswirkungen hat ihr Engagement auf ihre Mitarbeiterin und ihre Geschäftspartner?
- › Welche Arbeitsplätze bietet die Green-Fashion-Branche? Welche Berufe spielen in der Branche eine Rolle? Kämen diese Jobs für euch in Frage? Wäre es für euch eine Option, sich beruflich selbständig zu machen? Was spricht dafür, was dagegen?
- › Bio-Produkte findet man mittlerweile in allen Lebensmittelketten. Im Modebereich sieht das noch anders aus. Könnte Nachhaltigkeit im Mode-Massenmarkt zukünftig eine Chance haben? Welche Weichen müssten dazu gestellt werden?
- › Wie halten sich Bio-Label im harten Wettbewerb der Modebranche über Wasser? Wie können sie überleben, ohne in Billigproduktionsländern nähen zu lassen? Warum ist »made in Germany« so schwierig zu realisieren? Welche Vorteile benennt Katrin Gammisch für »made in Germany«?
- › Bio-Mode hat ihren Preis. Wie viel gibst du normalerweise für eine Jacke, eine Hose oder einen Pulli aus? Würdet ihr für nachhaltige Klamotten tiefer ins Portemonnaie greifen?
- › Spielt es für euch eine Rolle, was ihr auf eurer Haut tragt?
- › Welche Kriterien spielen für euch bei der Klamottenwahl eine Rolle? Haben sich diese im Verlauf eures Lebens verändert? Was war dafür ausschlaggebend?

MATERIAL

Kleidungsstücke (öko und konventionell), Tabellen



Um Bio-Mode zu fördern, hat die Green Cloth Stiftung beschlossen, einen Nachhaltigkeitswettbewerb für Jungdesignerinnen und -designer auszurufen. Das Preisgeld ist üppig, einzelnen Newcomern soll damit wirtschaftlich und PR-technisch unter die Arme gegriffen werden.

AB KLASSE	9
ZEIT	75 Minuten
FACH	Deutsch
AKTIVITÄTEN & METHODEN	<ul style="list-style-type: none"> › Auf Basis des im Film erworbenen Wissens über das Thema Bio-Mode planen die Schülerinnen und Schüler einen Green Fashion Contest. Sie beraten in Gruppenarbeit, was der Contest im Detail beinhalten könnte, definieren ein Format, in dem die Wettbewerbsbeiträge eingereicht werden sollen, legen Bewertungskriterien und Jurymitglieder fest und überlegen materielle oder ideelle Anreize, um junge Ökodesignerinnen und -designer zum Mitmachen zu aktivieren. › Ihre Arbeitsergebnisse fassen sie in Form eines Pressetexts zusammen, in dem der Green Fashion Contest öffentlich bekanntgegeben und beworben wird. Das Handbuch für Junge Reporter kann hier redaktionelle Unterstützung bieten (siehe Weblinks). Wenn Zeit und Ressourcen es erlauben, können zusätzlich noch ein Logo bzw. eine Grafik entwickelt und der Text am Computer gelayoutet werden. › Als »Reminder« für die Textarbeit wird an die Tafel ein Zitat des amerikanischen Journalisten und Verlegers Joseph Pulitzer geschrieben: »Was immer du schreibst – schreibe kurz und sie werden es lesen, schreibe klar, und sie werden es verstehen, schreibe bildhaft und sie werden es im Gedächtnis behalten.« › Die Presstexte stellen sich die Gruppen am Ende gegenseitig vor. Denkbar wäre zudem, die Wettbewerbsideen als Impuls an eine kommunale Stiftung, das Verbraucherschutzministerium oder eine andere lokale Einrichtung zu schicken – mit dem Vorschlag, einen solchen Green Fashion Contest mit Unterstützung der Schülerinnen und Schüler auf die Beine zu stellen.
MATERIAL	Handbuch Junge Reporter für die Umwelt (siehe Weblinks)



Um Bio-Mode zu fördern hat die Green Cloth Stiftung beschlossen, einen Nachhaltigkeitswettbewerb für Jungdesignerinnen und -designer auszurufen. Das Preisgeld ist üppig, einzelne Bio-Lebensmittel stehen mittlerweile in fast allen Supermärkten im Regal. Ökologisch und fair produzierte Kleidung hingegen findet man nicht so leicht. Um dies zu ändern, stellt die Klasse einen lokalen Green Fashion Guide zusammen. n Newcomern soll damit wirtschaftlich und PR-technisch unter die Arme gegriffen werden.

AB KLASSE	7
ZEIT	Projektwoche
FACH	Arbeit-Wirtschaft-Technik, Deutsch, Kunst
AKTIVITÄTEN & METHODEN	<p>› In Projektarbeit erstellt die Klasse arbeitsteilig einen Green Fashion Guide und verteilt diesen an passenden Orten in der Region.</p> <p>› Nach der Filmvorführung tauschen die Schülerinnen und Schüler ihre Erfahrungen zu Bio-Mode miteinander aus. Wichtige Punkte werden durch die Lehrkraft ergänzt (siehe Weblinks). Danach tragen die Jugendlichen zusammen, welche Geschäfte in der Umgebung ökologisch und fair produzierte Kleidung verkaufen. Diese werden an der Tafel notiert und später – nach der Recherchephase – um weitere lokale Bezugspunkte für nachhaltige Kleidung ergänzt.</p> <p>› Bevor die Schülerinnen und Schüler mit der Recherche beginnen, wird auf einer Redaktionskonferenz eine Konzeption für den Green Fashion Guide erstellt. Beispiele für nachhaltige Einkaufsführer finden sich unter Weblinks.</p> <p>Folgende Fragen sind hier zu klären (ggf. als Leitfragen an die Tafel oder auf ein Arbeitsblatt schreiben):</p> <p>› Wer ist die Zielgruppe, an wen richtet sich der Guide? (alle Bewohnerinnen und Bewohner der Region, nur junge Menschen, Männer und Frauen, Menschen unterschiedlicher sozialer Schichten, ...)</p> <p>› Wie soll der Guide aufgebaut sein, was soll er beinhalten (Inhaltsverzeichnis, Gliederung)?</p> <p>› Soll es eine Einführung ins Thema nachhaltige Mode, nachhaltige Kleidung geben? In welche Richtung soll diese gehen, was ist die Botschaft?</p> <p>› Sollen Berufsbilder bzw. Berufsporträts aus der Bio-Mode-Branche im Guide vorgestellt werden (ähnlich wie im Film) oder Testimonials von Designerinnen und Designern abgedruckt werden, die nachhaltige Kleidung herstellen? Oder soll es ein Interview geben?</p> <p>› Welche Angaben zu den Läden, die nachhaltig produzierte Kleidung verkaufen, sollen gemacht werden (Name, Adresse, E-Mail, Telefon, Sortiment, Preiskategorie, nur Bio-Mode oder gemischt, Philosophie des Geschäfts, Zitat einer/eines Beschäftigten, ...)?</p> <p>› Soll der Guide Fotos enthalten (zur Illustration, zu jedem präsentierten Laden, auf dem Cover, ...)? Welches Format soll der Guide haben (A6, A5, A4, ...), schwarz oder farbig gedruckt?</p> <p>› Für die Recherche und Erstellung des Green Fashion Guides werden Gruppen eingeteilt, die zu verschiedenen Schwerpunkten arbeiten, ähnlich wie in einer Agentur. Drei Gruppen könnten beispielsweise die Recherche nachhaltiger Einkaufsmöglichkeiten in der Region übernehmen (1. Läden, die auch Bio-Mode verkaufen, 2. Grüne Mode-Label, 3. Nähereien und Änderungsschneidereien), die vierte Gruppe zum Thema nachhaltige Mode (in der Region) und Ökosiegel recherchieren und die fünfte Gruppe sich um Grafik und Layout kümmern (also aus der Recherche ausgenommen sein). Recherchiert wird zunächst im Internet. Die Gruppen, die die Einkaufsmöglichkeiten eruieren, müssen ggf. auch telefonisch bei Läden nachfragen oder Informationen im Bekanntenkreis sammeln.</p> <p>› Auf einer weiteren Redaktionskonferenz stellen die Arbeitsgruppen ihre Zwischenergebnisse vor. Danach erfolgt die Erhebung der Informationen für den Guide: Läden werden besucht, um die gewünschten Angaben einzuholen, Interviews zu führen und Fotos zu machen. Infotexte und Layout werden weiter konkretisiert.</p> <p>› Im nächsten Schritt werden die Ergebnisse redigiert – Informationen ausgewählt, zusammengestellt, niedergeschrieben und schließlich digitalisiert. Passende Fotos werden ausgewählt, in ein einheitliches Format gebracht und ggf. am Computer nachbearbeitet. Bevor die Grafikgruppe Texte und Bilder layoutet, erfolgt eine Korrekturrunde. Alle Texte werden gegengelesen und final überarbeitet.</p>



- › Auf der letzten Redaktionskonferenz stellt die Grafikgruppe den gelayouteten Green Fashion Guide vor. Letzte Änderungen werden diskutiert und umgesetzt. Auf der Sitzung wird auch beschlossen, in welcher Auflage der Guide vervielfältigt und wo er ausgelegt werden soll. Eventuell schießt der Förderverein der Schule Gelder für den Druck im Coypshop dazu oder es findet sich ein Sponsor, der den Druck finanziert. Außerdem kann eine feierliche Vernissage an der Schule oder auch in einem der Läden geplant werden.
- › Entsprechend der Absprachen wird dann der Guide produziert, verteilt und (online) beworben – das kann natürlich auch im kleinen Rahmen in der Schule passieren, z.B. auf der Schulhomepage.

MATERIAL

Computer, Internet, Handy- oder Digitalkamera, Kopierer, ggf. Arbeitsblatt (muss angefertigt werden), Kopierpapier, Tacker

WEBLINKS FÜR DEN UNTERRICHT

- › Kampagne für Saubere Kleidung <http://sauberekleidung.de>
- › Ethical Fashion Guide. Ein Leitfaden für UnternehmerInnen und alle, die es noch werden wollen, Clean Clothes Kampagne
www.cleanclothes.at/media/common/uploads/download/ethical-fashion-guide/EFG_final_1705.pdf
- › Mode und Textilien – Fair kleiden, gut aussehen. Der Nachhaltige Warenkorb, Rat für Nachhaltige Entwicklung
<http://nachhaltiger-warenkorb.de/#!/topic/start/mode-und-textilien>
- › Wearfair Labelguide. Ein Wegweiser durch den Label-Dschungel bei Textilien
http://sauberekleidung.de/images/05_pdf/2012/2012-12-18_labelguide_leseprobe.pdf
- › Kaufberatung Bio-Kleidung und Naturtextilien, Utopia
<http://www.utopia.de/produktguide/mode-35>
- › Fair Trade Kleidung (u.a. Fair Trade Mode Siegel) www.fairtradekleidung.org
- › Get Changed! The Fair Fashion Network www.getchanged.net
- › Online-Tool Konsumanic – Check deinen Einkauf (u.a. Mode) plus didaktisches Material www.umweltbildung.at/konsumaniac/index2.html
<http://www.umweltbildung.at/fileadmin/umweltbildung/dokumente/Interaktives/Konsumaniac.pdf>

- › Handbuch für Junge Reporter: Artikel schreiben, Unabhängiges Institut für Umweltfragen e.V.
www.ufu.de/media/content/files/Fachgebiete/Klimaschutz/Junge%20Reporter/JR_Pocket-Artikel_1401_V4web.pdf
- › Handbuch für Junge Reporter: Fotografie, Unabhängiges Institut für Umweltfragen e.V.
www.ufu.de/media/content/files/Fachgebiete/Klimaschutz/Junge%20Reporter/JR_Pocket-Foto_1401_V4web.pdf

BEISPIELE FÜR NACHHALTIGE EINKAUFSFÜHRER

- › Fair Fair Fair sind alle meine Kleider – Mode aus fairer und ökologischer Produktion in Bonner Geschäften, FEMNET
www.femnet-ev.de/images/downloads/publikationen/Broschuere-Fair-Fair-Fair-Bonn-2013.pdf
- › Buy Good Stuff. Fair Fashion Shopping Guide Düsseldorf
www.amdnet.de/content/uploads/2014/12/BUYGOODSTUFF.pdf
- › fair fashion GUIDE
www.getchanged.net/webautor-data/49/fairfashionguide-booklet.pdf
- › Öko-Guide. Global denken, lokal handeln (mit Kapitel zu Kleidung)
<http://gras.at/oekoguide.pdf>



SOCIAL DIMENSIONS OF GREEN ECONOMY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

NIEDERLANDE / GROSSBRITANNIEN 2012,
TOON DE ZOETEN / TREASA O'BRIAN, 6 KURZFILME À 10 MIN

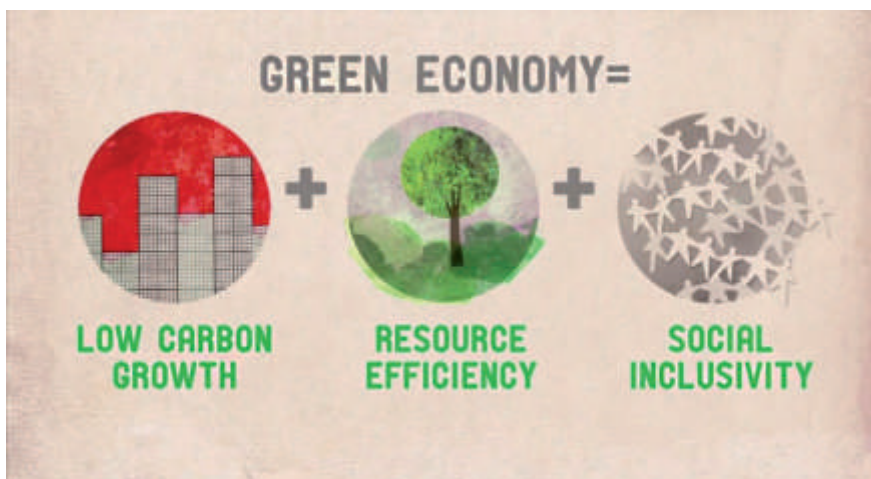
» **BONUSMATERIAL**



INHALT DER FILME

Diese sechs Kurzfilme wurden im Rahmen der UNRISD Konferenz »Soziale Dimensionen von Green Economy und nachhaltiger Entwicklung« produziert. Sie basieren auf Konferenzmitschnitten und Interviews mit den Rednern. Der erste Film dient als Einstieg und Überblick: Green Economy wird als Teilbereich der nachhaltigen Entwicklung dargestellt und sein Potenzial als Wegbereiter für eine inklusive, nachhaltige Entwicklung und erfolgreiche Armutsbekämpfung untersucht. Die sich anschließenden 5 Kurzfilme behandeln weitere Themen der Konferenz: Effektivität marktbasierter Instrumente wie Emissionshandel; Sozialpolitik als Prämisse für Verteilungsgerechtigkeit; Akteure und Transformationsprozesse; grüne Landwirtschaft und Ernährungssicherheit sowie alternative Visionen nachhaltiger Entwicklung.

Die Kurzfilme haben einen wissenschafts- und faktenbasierten Charakter und dienen lediglich als Hintergrundinformation für Lehrkräfte oder gegebenenfalls als Ergänzung zu den entsprechenden Themenschwerpunkten im Unterricht.



NEUE BERUFSCHANCEN IN DER GREEN ECONOMY

DEUTSCHLAND 2015, ECOMOVE INTERNATIONAL, 21 MIN

» **BONUSMATERIAL**



INHALT DES FILMS

Der Kurzfilm ist eine Eigenproduktion von ECOMOVE und im Rahmen dieses Projekts in Zusammenarbeit mit dem Global Climate Forum sowie Germanwatch entstanden. Acht verschiedene Expertinnen und Experten aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft sprechen über das Thema Green Economy sowie über neue Berufschancen und Green Skills, die sich durch den Wandel in Ökonomie und auf dem Arbeitsmarkt für Jugendliche eröffnen. Interviewpartner in der Reihenfolge des Erscheinens: Karin Kortmann – Gesellschaft für Internationale Zusammenar-

beit (GIZ), Dr. Gerd Leipold – ehem. Greenpeace International, Prof. Dr. Carlo Jaeger – Global Climate Forum (GCF), Klaus Milke – Germanwatch, Dr. Ulrich Walwei – Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB), Angelika Thomas – IG Metall, Christoph Bals – Germanwatch sowie Prof. Klaus Töpfer – ehem. Institute for Advanced Sustainability Studies (IASS)

Der Film möchte informieren, inspirieren und SchülerInnen motivieren.

