

Modul 4: Umweltschutz & Konsum

In diesem Modul wird ein Überblick über den Zusammenhang zwischen Konsum und Umwelt vermittelt. Die Teilnehmenden können anschliessend ihr eigenes Verhalten reflektieren. Zudem finden sich Anregungen zur Anwendung des erworbenen Wissens im Alltag. In Rahmen der zusätzlichen Inhalte zur Vertiefung setzen sich die Teilnehmenden kritisch mit Werbung auseinander. Sie lernen Wirkmechanismen von Werbung auf spezifische Zielgruppen kennen.

Im Rahmen dieses Moduls können folgende **Kompetenzen des Lehrplans 21** gefördert werden:

- **WAH 3.1:** Die Schülerinnen und Schüler können Einflüsse auf die Gestaltung des Konsumalltages erkennen.
- **WAH 4.1:** Die Schülerinnen und Schüler können das Zusammenspiel unterschiedlicher Einflüsse auf die Gesundheit erkennen und den eigenen Alltag gesundheitsfördernd gestalten.
- **WAH 4.2:** Die Schülerinnen und Schüler können Einflüsse auf die Ernährung erkennen und Essen und Trinken der Situation entsprechend gestalten.
- **WAH 4.3:** Die Schülerinnen und Schüler können Nahrung kriterienorientiert auswählen.
- **ERG 5.1:** Die Schülerinnen und Schüler können eigene Ressourcen wahrnehmen, einschätzen und einbringen.

Ziele der Lektion: Die Teilnehmenden...

- können erklären, was die Begriffe «Klimawandel», «CO₂», «Treibhausgase» und «Ökologischer Fussabdruck» bedeuten.
- kennen konkrete Beispiele für Handlungen in ihrem Alltag, die eine Auswirkung auf ihren ökologischen Fussabdruck haben.
- kennen den Zusammenhang zwischen Konsumverhalten und dem Klimawandel.
- wissen, wie sich ihr Mobilitätsverhalten auf ihren ökologischen Fussabdruck auswirkt.
- kennen konkrete Ratschläge für den Klimaschutz in ihrem Alltag.

Ziele der zusätzlichen Inhalte zur Vertiefung: Die Teilnehmenden...

- wissen, wie sie als Zielpersonen durch Werbung als Konsumenten und Konsumentinnen umworben werden.

Benötigtes Material für die Lektion:

- Grafiken aus dem Hintergrundwissen zur Illustration des Klimawandels
- Tabelle zur Berechnung des Treibhausgasausstosses
- Plakat «Tipps für den Klimaschutz»

Benötigtes Material für die zusätzlichen Inhalte zur Vertiefung:

- Dokument «Beispiele Werbung»

Ablaufplan der Lektion:

Der Ablaufplan zeigt einen möglichen Ablauf einer Unterrichtslektion im Umfang von 45 Minuten auf.

Ablauf	Umsetzung und benötigtes Material
Vorwissen aktivieren Plenum 5 min	In der Gruppe wird das Vorwissen zum Thema Klimawandel gesammelt und schriftlich festgehalten. Nach Möglichkeit kann der Einstieg auch über einen aktuellen Zeitungsartikel oder Videoausschnitt erfolgen.
Informationsinput Plenum 15 min	Den Teilnehmenden werden die Begriffe «Klimawandel», «CO ₂ », «Treibhausgase» und «Ökologischer Fussabdruck» erklärt. Zudem wird Bezug zur aktuellen Situation in der Schweiz genommen. Als Unterstützung können dazu die Bilder verwendet werden, die in den Unterlagen zum Hintergrundwissen der Lektion verwendet werden.
Verarbeitung der Informationen Partnerarbeit 5 min	Den Teilnehmenden wird aufgezeigt, aus welchen Bereichen sich der ökologische Fussabdruck zusammensetzt. Sie suchen anschliessend zu zweit konkrete Beispiele aus dem Alltag für die einzelnen Bereiche. Einige Beispiele werden im Plenum gesammelt.
Fussabdruck Mobilität berechnen Einzelarbeit 10 min	Mit Hilfe der Tabelle zur Berechnung des Treibhausgasausstosses können die Teilnehmenden ihr eigenes Mobilitätsverhalten analysieren. Als Beispiel eignet sich z.B. die Berechnung des Treibhausgasausstosses des eigenen Schulweges, der vergangenen Woche oder der letzten Ferien. Alternativ können die Teilnehmenden auch digital ihren Fussabdruck berechnen, hierzu findet sich ein Link zum WWF Footprintrechner beim Hintergrundwissen.
Tipps für den Klimaschutz im sichtbar machen Partnerarbeit 10 min	Die Teilnehmenden sammeln jeweils zu zweit Tipps, wie sie im Alltag konkret klimafreundlich handeln kann. Diese werden im Plenum gesammelt, auf dem Plakat «Tipps für den Klimaschutz» festgehalten und gut sichtbar aufgehängt.

Zusätzliche Inhalte zur Vertiefung:

Diese Unterrichtseinheiten können nach Bedarf zur Vertiefung der ersten Lektion genutzt werden. Sie können teilweise auch einzeln eingesetzt werden.

Ablauf	Umsetzung und benötigtes Material
Visualisieren des Fussabdrucks Mobilität durch vortreten	Die Teilnehmenden nehmen die Berechnungen des Fussabdruckes ihrer Mobilität zur Hand. Sie stellen sich alle auf einer Linie. Pro 100g Treibhausgase, die sie verursacht haben, machen sie einen Schritt nach vorne. So kann durch die Position der Teilnehmenden im Raum visualisiert werden, wie ihr Mobilitätsverhalten im Vergleich zur Gruppe einzustufen ist. Einzelne Teilnehmende können im Plenum dazu befragt werden, durch welche Verkehrsmittel sie besonders viel oder wenig Treibhausgase verursacht haben.
Plenum 15 min	Achtung: Diese Übung sollte ausschliesslich freiwillig absolviert werden, um gruppendynamische Prozesse berücksichtigen zu können.
Anleitung zur Analyse von Werbung	Im Plenum werden Werbeplakate analysiert. Mögliche Beispiele finden sich im Modul unter «Beispiele von Werbekampagnen zur Analyse». Folgende Fragen können diskutiert werden: <ul style="list-style-type: none"> • Welche Zielgruppe soll die Werbung ansprechen (z.B. Alter, Geschlecht, Nationalität usw.)? • Werden Personen eingesetzt, mit denen sich die Betrachter identifizieren sollen? • Welche Emotionen will die Werbung vermitteln und welche Emotionen löst sie bei den Teilnehmenden aus?
Plenum 15 min	Die Fragen können jeweils erst in Zweiergruppen und anschliessend im Plenum diskutiert werden.
Analyse und Reflexion von Werbematerial	Die Teilnehmenden sammeln über einen bestimmten Zeitraum hinweg Werbung, mit der sie im Alltag konfrontiert werden. Sie können Bilder aus Zeitschriften ausschneiden, Werbung fotografieren oder Screenshots von Werbung machen, die sie digital erhalten.
Werbung dokumentieren Einzelarbeit	Sie bringen diese ausgedruckt mit.
Analyse der gesammelten Werbung	Die Teilnehmenden sichten in Partnerarbeit die dokumentierte Werbung. Sie diskutieren, welche Werbung sie aus welchen Gründen besonders ansprechend oder abschreckend finden. Sie wählen eine für sie besonders interessante Werbung aus und analysieren sie nach den in der obigen Anleitung zur Analyse von Werbung beschriebenen Fragen.
Partnerarbeit 30 min	
Eigene Werbung erfinden	Die Teilnehmenden konzipieren ein Werbeplakat für ein selbst gewähltes Produkt. Sie überlegen sich, welche Zielgruppe sie ansprechen, welche Emotionen sie wecken und in welchem Preisniveau sie das Produkt vertreiben wollen. Das Plakat kann beispielsweise mit Hilfe einer Collage erstellt, gemalt oder digital erarbeitet werden.
Gruppenarbeit 45 min	Die Ergebnisse werden anschliessend im Plenum präsentiert.