

Thema	Globalisierung und ökonomische Nachhaltigkeit – nachhaltige Unternehmen?
Altersstufe	12-14 Jahre
Dauer	90‘
Gruppengröße	unabhängig von der Anzahl der SchülerInnen
Lernziel	<p>Verantwortung der Menschen für die „Eine Erde“ und Globalisierung erkennen</p> <p>Erfassen von Auswirkungen von Betrieben und Produktionsprozessen auf die Umwelt</p> <p>kritisches Denken lernen</p> <p>eine kritische Grundhaltung gegenüber Unternehmen entwickeln, um Greenwashing erkennen zu können, eine kritische Grundhaltung gegenüber der Konsumgesellschaft entwickeln</p> <p>eigenes Konsumverhalten reflektieren</p> <p>Systemdenken lernen</p>
Methodik	Interactive Backcasting, Diskussion
Quellen	<ul style="list-style-type: none"> • Zimmermann, F. M. und Pizzera, J. (2016): Globalisierung und ökonomische Nachhaltigkeit- Schein oder Sein? In: Zimmermann, F. M. (2016): Nachhaltigkeit - wofür? Von Chancen und Herausforderungen für eine nachhaltige Zukunft. Springer-Spektrum, Heidelberg. 85-112. • SUSTAINICUM COLLECTION (2016): Ressourcen-Lehrmethoden-Interactive Backcasting. URL: http://www.sustainicum.at/de/tmethods/view/11.Interactive-Backcasting

Einleitung

Diese Unterrichtseinheit knüpft an das Thema „Globalisierung“ an. Es baut darauf auf, indem es sich mit Inhalten des Kapitels 4 „Globalisierung und ökonomische Nachhaltigkeit- Sein oder Schein?“ beschäftigt und beleuchtet, was Nachhaltigkeit aus unternehmerischer Perspektive bedeutet. Die SchülerInnen sollen eine kritische Grundhaltung gegenüber (vermeintlich nachhaltigen) Unternehmen entwickeln und Auswirkungen von Betrieben und Produktionsprozesse auf die Umwelt erfassen. Somit entwickeln sie ein Verantwortungsgefühl gegenüber der „Einen“, globalisierten Welt.

Nach einer Einstiegsdiskussion mit Leitfragen zu nachhaltiger Produktion werden Unternehmensleitbilder (unter kritischer Betrachtung des Aspekts „Greenwashing“) gesucht und präsentiert. Anschließend kommt es zu einer innovativen Methode, dem „Interactive Backcasting“, wobei Szenarien durchgespielt werden, in denen Unternehmen in Zukunft ausschließlich auf nachhaltige unternehmerische Maßnahmen setzen und KonsumentInnen ein verändertes Konsumverhalten aufzeigen. Anschließend wird durchdacht, wie es tatsächlich zu diesem Szenario, unter Einbezug der KonsumentInnen, kommen kann. In der abschließenden Diskussion werden diese Maßnahmen erläutert, sowie Beispiele im Hier und Jetzt gesucht und hinterfragt.

Vorbereitung

Als Vorbereitung ist es notwendig, sich vorhergehend im Unterricht mit Globalisierung als komplexen, multidimensionalen Prozess und dessen Auswirkungen bezogen auf Nachhaltigkeit behandelt zu haben. SchülerInnen sollen sich bereits mit Globalisierungsprozessen und Auswirkungen sowie der Konsumgesellschaft beschäftigt haben.

Lehrende sollen sich im Rahmen des Kapitels 4 über Nachhaltigkeit aus unternehmerischer Perspektive (Corporate Citizenship, Corporate (Social) Responsibility und Corporate Sustainability), sowie nachhaltiger Unternehmensleitbilder auseinandergesetzt haben. Nachhaltige Produktion und nachhaltiger Konsum sind ebenfalls wichtige Schlagwörter als Vorbereitung zur Durchführung dieser Unterrichtseinheit, um eine gelungene Diskussion leiten zu können.

Zum Einstieg werden ein Denkanstoß sowie Fragestellungen aufgezeigt, um zu zeigen, wie in etwa die Diskussion starten kann. Wissen über aktuelle Beispiele ist ebenfalls von Vorteil.

Räumliche Rahmenbedingungen sind für die Unterrichtseinheit nicht zwingend vorgegeben, allerdings empfiehlt es sich, die Stunde in einem Informatiksaal durchzuführen, um Zugang zum Internet, der zum Aufsuchen von angeführten Internetseiten zum Suchen von Unternehmensleitbildern erforderlich ist sowie die Bereitstellung der Unterrichtsmaterialien (Text „Quick & Dirty“, Zukunftsszenario) und erstellten Präsentationen zu gewährleisten. Jedoch kann auch auf andere Möglichkeiten, wie auf die Verwendung von Smartphones, Austeilung der Texte in Papierform oder auf Präsentationen mit Flipcharts zurückgegriffen werden.

Gliederung

Gliederung	Inhalte (Übungen, Spiele...)	Kompetenz	Organisationsform	Materialien
15'	Texteinstieg „Quick & Dirty“ Diskussion über nachhaltigen Konsum, Wiederholung Nachhaltigkeit aus unternehmerischer Perspektive und Leitbilder ansprechen	<ul style="list-style-type: none"> • Fach • Methoden • Selbst • Sozial 	Im Plenum	Text „Quick & Dirty“ Vorgelesen oder in schriftlicher Form ausgeteilt evtl. Fragestellungen
30'	Unternehmensleitbilder suchen, zusammenfassen und präsentieren Beispiele Greenwashing suchen und diskutieren	<ul style="list-style-type: none"> • Fach • Methoden • Selbst • Sozial 	In Paaren	Internetzugang, Blätter für Notizen bzw. PowerPoint
30'	Interactive Backcasting: „Zukunftsszenario- eine Zukunft nachhaltiger Unternehmen und KonsumentInnen“	<ul style="list-style-type: none"> • Fach • Methoden • Selbst • Sozial 	In 4er-Gruppen	Flipcharts, Stifte oder PowerPoint- Präsentationen
15'	Diskussion und Zusammenfassung der Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> • Fach • Methoden • Selbst • Sozial 	Im Klassenverband	Blätter für Notizen

Didaktische Beschreibung der Methode und Ablauf

Zu Anfang der Stunde dient der Text „Quick & Dirty oder der Sofort-Wahn“ auf Seite 104 im Kapitel 4 als Einstieg. Er kann von der Lehrperson vorgelesen werden oder aber in schriftlicher Form ausgeteilt und somit gemeinsam in der Klasse vorgelesen werden. Er soll den SchülerInnen als Anstoß dienen, das eigene Verhalten bezüglich Lebensstil, Konsum und Produkten zu reflektieren. Danach wird zu Unternehmen übergeleitet. Es wird diskutiert ob bzw. welche Anforderungen SchülerInnen an Unternehmen haben, die ebenso moralisch-ethische Verpflichtungen gegenüber der Gesellschaft haben und nach vorgegebenen Verhaltensgrundsätzen handeln sollten. Dabei werden unterschiedliche Unternehmensleitbilder angesprochen und was diese bedeuten bzw. aussagen können.

Fragestellungen können hierbei sein:

- Warum agieren wir trotz besseren Wissens weitestgehend wenig nachhaltig?
- Warum zerstören wir unsere natürlichen Lebensgrundlagen und entziehen uns der Verantwortung, obwohl wissenschaftliche Beweise den menschlichen Einfluss auf den Klimawandel belegen?
- Warum werden neueste, umweltschonende Technologien offensichtlich zurückgehalten?
- Wieviel Nachhaltigkeit erwarten wir von Unternehmen, und zu wie viel können wir uns selbst bekennen?

Nach der Diskussion teilen sich die SchülerInnen in Paare ein. Zu zweit recherchieren sie über Unternehmen und konzentrieren sich auf die von den Unternehmen angegebenen Leitbildern. Es wird zusammengefasst, wie sich diese Unternehmen präsentieren und versucht, diese Darstellung kritisch zu hinterfragen. Die Ergebnisse, die entweder schriftlich oder in Form einer PowerPoint-Präsentation (wenn die Einheit im Informatikraum stattfindet) werden im Plenum präsentiert, besprochen und diskutiert (inklusive Input aktueller Beispiele der Lehrperson), um kritisches Denken zu fördern.

Beispiele dazu können orientiert an Kapitel 4 sein:

Patagonia: <http://eu.patagonia.com/deAT/home>

OMV: <https://www.omv.at/portal/01/at/private>

Spar Österreich: https://www.spar.at/de_AT/index.html

Zotter Schokolade: <http://www.zotter.at/de/startseite.html>

Anschließend bilden die SchülerInnen 4er-Gruppen, um die Methode „Interactive Backcasting“ (<http://www.sustainicum.at/de/tmethods/view/11.Interactive-Backcasting>) durchzuführen.

In dieser Methode werden erwünschte Zukunftsszenarien definiert, und rückwärts analysiert, welche Schritte und Umsetzungsstrategien konkret erforderlich sind, um dieses Szenario zu erreichen. Die Methode zeigt komplexe Fragestellungen auf, hilft aber mit der Komplexität umzugehen.

Die SchülerInnen erhalten ein vorgegebenes, gewünschtes Zukunftsszenario in schriftlicher Form oder auf den Bildschirmen:

„Zukunftsszenario – eine Zukunft nachhaltiger Unternehmen und KonsumentInnen

In 50 Jahren arbeiten alle Unternehmen professionell und haben sich dazu verpflichtet, Nachhaltigkeitsmanagement im Unternehmen unterzubringen. Sie arbeiten mit Hinblick auf Sicherheit, Mitverantwortung und Gesundheit für eine intakte Umwelt und bieten attraktive Arbeitsbedingungen für MitarbeiterInnen. Greenwashing-Unternehmen existieren nicht. KonsumentInnen legen Wert auf recyclebare Produkte und versuchen, so wenig wie möglich wegzuerwerfen und Müll zu produzieren und zeigen ein verändertes, nachhaltiges Konsumverhalten auf.“

Anmerkung: Die Lehrperson kann die Aufgabenstellung noch weiter ausbauen bzw. an das Vorwissen der SchülerInnen anpassen. Zu nachhaltigem Konsum sei auf Seite 102ff. in Kapitel 4 hingewiesen.

Das Zukunftsszenario wird in den 4er-Gruppen analysiert. Ausgehend vom Wunschzustand wird der Weg vom Wunschzustand bis zur Realität, also zum jetzigen Zeitpunkt, rückwärts betrachtet. Unter Aspekten des heutigen Stands der Technik, Chancen, Hindernissen und Einstellungen werden Probleme überlegt und dargestellt und Lösungsstrategien (eventuell mit Zeitplan) entwickelt. Die Ergebnisse, somit die Lösungsstrategien, die den Weg in die rosige Zukunft ebnen sollen, werden entweder auf Flipchartpapier festgehalten oder ebenfalls in eine PowerPoint-Präsentation verpackt sowie anschließend präsentiert und diskutiert. Weiters wird in der Diskussion überlegt, welche Unternehmen bereits in das Zukunftsszenario passen könnten.

Die SchülerInnen sollen dadurch ein verbessertes Verständnis zu nachhaltigen Unternehmen und Unternehmensstrategien erlangen und diese mit eigenen Verhaltensweisen und eigenem Konsumverhalten koppeln. Dadurch sollen Zusammenhänge verstanden werden und Systemdenken gefördert werden.

Anmerkung: Diese Unterrichtseinheit kann mittels Exkursion zu einem nachhaltigen Unternehmen abgerundet werden, damit SchülerInnen realitätsnahe Einblicke in nachhaltige Unternehmen bekommen.

Anlagen

Einstiegstext „Quick & Dirty oder der Sofort-Wahn“

Gedankensplitter

Quick & Dirty oder der Sofort-Wahn

Wer kennt dies nicht: Wenn wir etwas haben möchten, dann wollen wir nicht darauf warten, sondern wollen es sofort. Sie suchen nach einem Buch für eine Lehrveranstaltung. Im Buchladen um die Ecke ist dieses leider vergriffen, der nächste Liefertermin ist mit ungefähr einer Woche anberaumt. Dankend verneinen Sie die Frage, ob das Werk für Sie bestellt werden solle. Wie oft haben Sie sich dabei ertappt, ein Buch lieber online zu erwerben, als den Buchladen um die Ecke zu unterstützen? Täglich treffen wir Konsumententscheidungen und beeinflussen mehr, als uns oft bewusst ist.

Offen gesagt sprechen eine Reihe von Gründen für die schnellere und bequemere Methode: Wir sind ja ohnehin ständig online, und mit ein paar Klicks haben wir das Buch schon in der virtuellen Einkaufstasche, vielleicht sogar billiger, Zahlung per Kreditkarte und Lieferung nach Hause inklusive!

Aber kennen wir noch das Genussschmökern in der Buchhandlung, das Durchblättern, Überfliegen oder gar Anlesen einzelner Passagen? Oder einfach die Entdeckung oder persönliche Empfehlung einer neuen Autorin, die einem trotz täglicher Kaufvorschläge im Zeitalter des modernen personalisierten Marketings per E-Mail wohl entgangen wäre?

Quelle: Zimmermann, F. M. und Pizzera, J. 2016: 104