

Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

Kreative Ideen und Konzepte inkl. fertig ausgearbeiteter Materialien und Kopiervorlagen für einen lehrplangemäßen und innovativen Unterricht

Thema: Technik – Wirtschaft – Soziales, Ausgabe: 11

Titel: Alles Bio! - oder doch nicht? (22 S.)

Produkthinweis

Dieser Beitrag ist Teil einer Print-Ausgabe aus dem Programm „Kreative Ideenbörse Sekundarstufe“ des OLZOG Verlags. Den Verweis auf die Original-quelle finden Sie in der Fußzeile des Beitrags.

▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

Seit über 10 Jahren entwickelt der OLZOG Verlag zusammen mit erfahrenen Pädagoginnen und Pädagogen kreative Ideen und Konzepte inkl. sofort einsetzbarer Unterrichtsverläufe und Materialien.

▶ Die Print-Ausgaben der „Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe“ können Sie auch bequem und regelmäßig per Post im [Jahresabo](#) beziehen.

Piktogramme

In den Beiträgen werden – je nach Fachbereich und Thema – unterschiedliche Piktogramme verwendet.

▶ Die Übersicht der verwendeten Piktogramme finden Sie [hier](#).

Nutzungsbedingungen

Die Arbeitsmaterialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, in Klassensatzstärke für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien zu ziehen, bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Arbeitsmaterialien ist unzulässig.

▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: service@olzog.de

📮 Post: OLZOG Verlag | c/o Rhenus Medien Logistik GmbH & Co. KG
Justus-von-Liebig-Str. 1 | 86899 Landsberg

☎ Tel.: +49 (0)8191/97 000 220 | 📠 Fax: +49 (0)8191/97 000 220
www.olzog.de | www.edidact.de

„Alles Bio!“ – oder doch nicht?

5.8

Vorüberlegungen

Lernziele:

- Die Schüler sollen sich mit Problemen des ökologischen Anbaus auseinandersetzen.
- Sie sollen die Ökosiegel kennen.
- Sie sollen die Gründe für ökologischen Landbau erfassen.
- Sie sollen die Geschichte des ökologischen Landbaus in Ansätzen kennen.
- Sie sollen die EG-Richtlinien kennen.

Anmerkungen zum Thema (Sachanalyse):

Waren es zu Beginn der Bewegung des ökologischen Landbaus zumeist **Selbstvermarkter**, Hofläden oder Reformhäuser, die auf ihre besonderen Biowaren hinwiesen und diese für einen kleinen, ernährungsbewussten Kundenkreis bereitlegten, so werden in jüngster Zeit auch in den **Supermärkten und Discountläden** vermehrt Biowaren angeboten. Der Ökomarkt auf dem Gebiet der Nahrungsmittel weitet sich aus. Damit aber wird er auch unübersichtlich. Die Vielfalt der einzelnen Bio-Logos schafft eher Verwirrung als Klarheit, zumindest verunsichert sie den Käufer und Verbraucher. Nur wenige wissen um die tatsächliche Bedeutung und den Kennzeichnungsinhalt der einzelnen Logos. Das schafft Unsicherheit, und zuweilen wird die Unkenntnis der Verbraucher geradezu ausgenutzt. Welchem Logo kann man vertrauen? Was steckt hinter den einzelnen Siegeln? **Ist wirklich Bio drin, wenn Bio ausgezeichnet wird?**

Der Käufer will zwischen Bioware und konventionellen Produkten entscheiden, doch es fehlt ihm zumeist an verlässlicher Hintergrundinformation. Zwar wurde schon 1991 der Ökostandard in der EU aufgeschrieben und in die EG-Öko-Verordnung übergeführt. Auch wurde im Jahr 2001 ein einheitlich gültiges deutsches Bio-Siegel eingerichtet, das als Qualitätssiegel für den ökologischen Landbau gilt. Daneben gibt es aber **viele weitere Logos**: Hinter manchen steht sehr ernsthafte ökologischer Anbau, an anderer Stelle wird nach weniger strengen Regeln produziert.

Auch die EG-Öko-Verordnung ist gegenüber dem Bio-Siegel weniger streng. Deutsche Betriebe, die sich dem Bio-Siegel verpflichten, arbeiten hier wesentlich enger in ihren Vorgaben. Bioanbauverbände in Deutschland sind streng kontrolliert: Bioland, Naturland, Demeter, Ecoland, Biokreis, Biopark, Gäa, Ecovin, Neuland und die Agrargemeinschaft ökologischer Landbau (AGÖL) arbeiten nach strengen Regeln.

Und der Wettbewerb auf dem Markt wird härter. Naturkostläden und Bioläden stehen gegen Biogroßhändler und Discounter. Die um 125 % **gestiegenen Umsätze** (von 1997 bis 2006) verheißen entsprechende Gewinne. Hinzu kommt, dass die Anbauflächen um 53 % erweitert wurden. Auch das wachsende Ernährungsbewusstsein der Kunden wirkt hier beschleunigend. Die gestiegene Nachfrage kann allerdings mit den inländischen Anbauflächen nicht mehr befriedigt werden. So gelangt zunehmend Ware aus dem Ausland zu den Anbietern, die zwar mit einem „Bio-Siegel“ ausgewiesen ist, bei der man aber dennoch verunsichert ist, weil die Spezifikation des Bio-Siegels nicht bekannt ist. Hier stellt sich zukünftig ein **Kontrollproblem**. Waren die strengen Kontrollen bislang auf die Betriebe der Urproduktion ausgerichtet, regional und auf Deutschland beschränkt, relativ einheitlich durchgeführt, so muss nunmehr im Raum der EU bzw. weltweit kontrolliert werden. Dies ist kaum mehr möglich. Die **Aufklärung** des Verbrauchers ist daher zwingend geboten.

5.8**„Alles Bio!“ – oder doch nicht?****Vorüberlegungen****Didaktisch-methodische Reflexionen:**

Diese Aufklärung und Information soll mit der vorliegenden Einheit erreicht werden. Der Schüler lernt die Bio-Siegel kennen, erarbeitet die Grundlagen hierzu, erfährt einiges über die Geschichte der Ökologischen Bewegung, setzt sich mit der Gesamtproblematik auseinander. Daneben wird er sprachlich sensibilisiert für Kennzeichnungen, hinter denen das ernsthafte Bestreben nach biologischem Anbau erkennbar ist, und für solche, welche dies nur anklingen lassen.

Ziel ist die erste Begegnung und Auseinandersetzung mit der Problematik. Das Problem soll bewusst gemacht werden. Deshalb eignet sich die Einheit als Einstieg in die Probleme des Ökomarktes.

Die einzelnen Unterrichtsschritte im Überblick:

1. Schritt Bio-Tomate oder konventionelle Ware?
2. Schritt Das staatliche Bio-Siegel
3. Schritt Ökologischer Landbau
4. Schritt Lernkontrolle