

Verkaufstricks im Supermarkt – Mit mir nicht

Unterrichtsmaterial für Klasse 7 bis 9



Da ist für jeden was dabei!



einfach einkaufen

BLE-Medienservice.de

Medien für Verbraucher und Fachleute rund um die Themen
Landwirtschaft, Lebensmittel und Ernährung



Inhalt

1. Bildungsziele und Kompetenzen	5
2. Verlaufspläne zur Unterrichtseinheit	6
3. Der Aufbau eines Supermarktes – Zufall oder Strategie?	7
3.1 Hintergrundinformationen zur Methode Gruppenpuzzle, Material	7
3.2 Arbeitsmaterialien	9
4. Einkaufen – spontan oder geplant?	20
4.1 Methode: gestaffelte Gruppenarbeit/1-2-4-Alle-Methode, Material	20
4.2 Arbeitsmaterialien	22
BZfE-Medien	28
Impressum	31



Arbeitsblätter
zum Download!



Alle Arbeitsblätter und einen Teil des
Hintergrundmaterials finden Sie
zum Download unter
<http://www.bzfe.de/1642-verkaufstricks>
Das Passwort ist: Verkaufstricks_2017



Die Verkaufstricks der Supermärkte

Liebe Lehrerinnen, liebe Lehrer,

„Zielloses Einkaufen“ ist ein wesentlicher Grund dafür, warum Verbraucher Lebensmittel wegwerfen müssen. Vielen fehlt ein Plan dafür, was gebraucht und eingekauft wird. Dazu kommen diverse Tricks der Supermärkte, die diese Ziellosigkeit des Verbrauchers für sich nutzen. Das führt – neben Fehlern bei Lagerung und Zubereitung der gekauften Lebensmittel – dazu, dass jeder Deutsche vom Baby bis zum Greis pro Jahr etwa zwei vollgepackte Einkaufswagen Lebensmittel wegwirft.

In dieser kooperativ ausgerichteten Unterrichtseinheit können sich die Schülerinnen und Schüler (SuS) einen Überblick über verschiedene Verkaufsstrategien in Supermärkten verschaffen. Sie können das wenig planvolle Vorgehen vieler Menschen beim Einkauf dazu in Beziehung setzen. Zudem werden sie angehalten, ihr eigenes Kaufverhalten (bzw. das ihrer Familie) näher in den Blick zu nehmen und hinsichtlich der Lebensmittelverschwendung zu reflektieren.

Konzeptionell leitend sind die Ziele von REVIS, der Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung in Schulen. In der Verbindung der Lebensbereiche Ernährung und Konsum soll den SuS der Weg zu mündigen und kritischen Verbrauchern erleichtert werden. Selbstbestimmt und verantwortungsbewusst gegenüber zukünftigen Generationen sollen sie Entscheidungen treffen und nachhaltig handeln.

Die Unterrichtseinheit setzt sich aus zwei Abschnitten zusammen, die auch getrennt voneinander genutzt werden können. In der Anlage und Durchführung der beiden Unterrichtsabschnitte dieser Einheit werden vor allem die Bildungsziele 3, 6 und 9 von REVIS aufgegriffen und die SuS hinsichtlich der folgend aufgeführten Kompetenzen gefördert:



1 Bildungsziele und Kompetenzen

Unterrichtsabschnitt: Der Aufbau eines Supermarktes

REVIS-Bildungsziel (6): Die SuS treffen Konsumententscheidungen reflektiert und selbstbestimmt.

REVIS-Kompetenz: Die SuS sind bereit und in der Lage, soziokulturelle Rahmenbedingungen für Konsumententscheidungen zu identifizieren und zu berücksichtigen.

Kompetenzbezug im Unterrichtsabschnitt

Die SuS kennen die Verkaufsstrategien von Supermärkten und können deren Wirkung auf den Verbraucher beschreiben.

Die SuS ziehen Rückschlüsse aus den Erkenntnissen zum Aufbau eines Supermarktes auf das eigene Kaufverhalten.

REVIS-Bildungsziel (9): Die SuS entwickeln einen nachhaltigen Lebensstil.

REVIS-Kompetenz: Die SuS sind bereit und in der Lage, sich mit den Gewohnheiten und Routinen des Konsum- und Alltagshandelns auseinanderzusetzen.

Kompetenzbezug im Unterrichtsabschnitt

Die SuS beurteilen und reflektieren die Folgen der Verkaufsstrategien in Supermärkten mit Blick auf eine nachhaltige Lebensführung.

Unterrichtsabschnitt: Einkaufen – spontan oder geplant?

REVIS-Bildungsziel (6): Die SuS treffen Konsumententscheidungen reflektiert und selbstbestimmt.

REVIS-Kompetenz: Die SuS sind bereit und in der Lage, soziokulturelle Rahmenbedingungen für Konsumententscheidungen zu identifizieren und zu berücksichtigen.

Kompetenzbezug im Unterrichtsabschnitt

Die SuS grenzen verschiedene Verhaltensmuster von Verbrauchern beim Einkaufen anhand ausgewählter Vor- und Nachteile voneinander ab.

Die SuS setzen ihr eigenes Konsumverhalten mit einem spontanen oder geplanten Einkaufsverhalten in Beziehung und leiten mögliche Folgen der jeweiligen Verhaltensmuster ab.

REVIS-Bildungsziel (3): Die SuS handeln sicher bei der Kultur und Technik der Nahrungszubereitung und Mahlzeitengestaltung.

REVIS-Kompetenz: Die SuS sind bereit und in der Lage, sich mit den kulturellen Voraussetzungen, der Bedeutung und Funktion von Mahlzeiten auseinanderzusetzen.

Kompetenzbezug im Unterrichtsabschnitt

Die SuS beachten bei der Auswahl und dem Einkauf von Lebensmitteln deren Verbrauch, um einem Wegwerfen von Lebensmitteln entgegenzuwirken.

Die SuS stellen auf Basis ihres Vorwissens ausgewogene und gesunde Mahlzeiten zusammen

Wir hoffen, dass das Material für Ihren Unterricht hilfreich ist.

Ihr Bundeszentrum für Ernährung

2

Verlaufspläne zur Unterrichtseinheit

Unterrichtsabschnitt: Der Aufbau eines Supermarktes (ca. 4–5 UStd. + ggf. Exkursion)

Unterrichtsstunde/n (UStd.)	(vorbereitende) Lehrertätigkeit	erwartete Schüleraktivität	Material	
vorbereitende Hausaufgabe: Umfrage im Familien-, Bekanntenkreis			AB1a	
Einstieg (1 UStd.)	Tafelanschrieb oder OH-Folie: Tabellen zur Auswertung der Umfrage AB kopieren	Zusammentragen und sichern der Umfrageergebnisse (ggf. auch über Karteikarten zu den gesammelten Gründen)	AB1b ggf. Karteikarten + Stifte	
Erarbeitung im Gruppenpuzzle (2–3 UStd.)	I	AB kopieren ggf. Tafelanschrieb: Erläuterung zum Ablauf des Gruppenpuzzles	Stammgruppen: Austausch über Gründe zum Einkauf von „unnötigen“ Lebensmitteln Formulierung von Vermutungen zu Verkaufsstrategien	AB1b (Impuls) AB2a
	II	Betreuung und Beratung	Expertengruppen: Erarbeitung von Verkaufsstrategien	AB2b–f
	III		Stammgruppen: Präsentation und Zusammenführen der Erkenntnisse/Informationen	AB2g
Abschluss/ Reflexion (1 UStd.)	Grafik mit Beispiel-Meinungen als OHP oder AB vorbereiten	Beziehen Position, begründen ihre Meinung und leiten Folgen von den Verkaufstricks ab	Folie oder AB	

Unterrichtsabschnitt: Einkaufen – spontan oder geplant? (ca. 3–4 UStd.)

Unterrichtsstunde/n (UStd.)	(vorbereitende) Lehrertätigkeit	erwartete Schüleraktivität	Material	
ggf. vorbereitende Hausaufgabe*: Umfrage im Familien-, Bekanntenkreis			AB1a	
Einstieg (0,5 UStd.)	OH-Folie oder Beamer: Ergebnisse der Umfrage (Frage 2 & 3) aufbereiten und präsentieren oder Faktenblatt	Überblick zu den Umfrageergebnissen oder Faktenblatt verschaffen (oder ggf. Umfrageergebnisse zusammentragen)	AB1b Faktenblatt	
Erarbeitung mit 1-2-4-Alle-Methode (2 UStd.)	I	AB kopieren Betreuung und Beratung	Einzelarbeit: Erarbeitung von Vor- und Nachteilen zu Verhalten in den jeweiligen Fallbeispielen	AB3a–3b
	II	Betreuung und Beratung	Partnerarbeit: Austausch zum gleichen Fallbeispiel	
	III	Kochbücher und ggf. Internet zur Verfügung Betreuung und Beratung	Gruppenarbeit: Austausch zu beiden Fallbeispielen Einkaufs- und Mahlzeitenplanung	AB4 Kochbücher
Abschluss/ Reflexion (1 UStd.)	Ggf. Speisepläne in A3 kopieren Faktenblatt vorbereiten	Vergleich der Gruppenergebnisse Diskussion zu Folgen bestimmten Einkaufsverhaltens	Faktenblatt	

* Wenn der 1. Unterrichtsabschnitt nicht umgesetzt wurde, bietet es sich an, die Umfrage hier ebenso voranzustellen. Dies kann auch in gekürzter Version geschehen, in der die Lernenden nur erfragen sollen, in welcher Häufigkeit und ob mit Plan/mit Einkaufszettel oder ziellos/ohne Einkaufszettel eingekauft wird.

3

Der Aufbau eines Supermarktes – Zufall oder Strategie?

3.1 Hintergrundinformationen zur Methode Gruppenpuzzle, Material

Material für den gesamten Unterrichtsabschnitt:

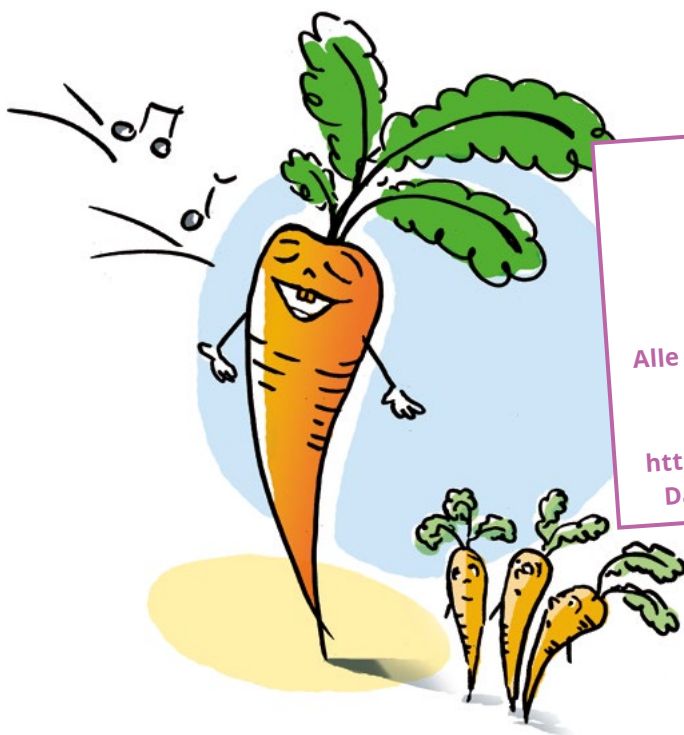
Arbeitsblatt 1a–b (Fragebogen + Ergebnisprotokoll)
 Arbeitsblatt 2a (Stammgruppe bilden)
 Arbeitsblätter 2b–f (Texte für Expertengruppen)
 Arbeitsblatt 2g (Zusammenführung in den Stammgruppen)
 Folie (Beispiel-Meinungen zu Verkaufsstrategien)

Schülerorientierter Einstieg zum Gruppenpuzzle

Die SuS erhalten den Auftrag, ihre Eltern oder andere Angehörige, Bekannte zu ihrem Einkaufsverhalten von Lebensmitteln zu befragen und die Antworten in einem Fragebogen (Arbeitsblatt 1a) stichpunktartig festzuhalten. Je nach Aufwand könnten sich die SuS zusätzlich auch bereits im Unterricht im Partnerinterview gegenseitig zu ihrem Kaufverhalten befragen. Hierbei beschreiben die SuS i. d. R. das Kaufverhalten innerhalb der Familie. Die Ergebnisse von Frage 1 bis 4 werden im Plenum an der Tafel gesammelt (z. B. Tabellen oder per Strichliste). Für Frage 4a und b bietet sich eine Kartenabfrage an oder die SuS schreiben ihre Ergebnisse dazu direkt auf zuvor ausgewiesene Tafelbereiche (mit Überschriften markieren). Die gesammelten Ergebnisse können von den SuS in einem Auswertungsbogen/Ergebnisprotokoll (Arbeitsblatt 1b) schriftlich fixiert und somit auch in den weiteren Arbeitsphasen verwendet bzw. darauf bezogen werden. Mit Fokus auf die Gründe des Einkaufes von bestimmten Lebensmitteln oder zu vielen Produkten wird von der Lehrkraft in das Gruppenpuzzle und zu den Verkaufsstrategien von Supermärkten übergeleitet.

Alternativer Einstieg

Neben oder anstelle einer Umfrage könnte auch ein Supermarkt gemeinsam mit der ganzen Klasse oder individuell vom Lernenden als vorbereitende Hausaufgabe durchgeführt werden. Die Erkundung kann über einen offenen Beobachtungsauftrag (z. B. „Schaut euch genau im Supermarkt um und notiert euch Auffälliges und Interessantes.“) oder von leitenden Fragen begleitet werden: „Wie ist der Supermarkt aufgebaut? Welche Besonderheiten fallen euch auf?“ Die Erkundung könnte auch mit Hilfe von verteilten Fragen wie „Wie viele Aufsteller kreuzen euren Weg bis zum Regal mit eurem Lieblingsjoghurt?“ von den Lernenden bearbeitet werden. In einer Plenumsrunde werden die Beobachtungen aus der Erkundung gesammelt und es können Spekulationen hinsichtlich einer Beeinflussung des Einkaufsverhaltens durch den Aufbau im Supermarkt durch die Lehrkraft angeschoben werden. Zum Abschluss sollte sich die Frage „Wieso kaufen Menschen mehr, als sie brauchen?“ anschließen, die dann ins Gruppenpuzzle überleitet.



Arbeitsblätter zum Download!



Alle Arbeitsblätter und einen Teil des
Hintergrundmaterials finden Sie
zum Download unter
<http://www.bzfe.de/1642-verkaufstricks>
Das Passwort ist: Verkaufstricks_2017

Ablauf und Inhalt zum Gruppenpuzzle

1. Stammgruppen – Austausch und Themenverteilung:

Es bilden sich Stammgruppen nach Zufall oder Belieben. In den Stammgruppen findet ein sich wiederholender Austausch zu den Gründen statt, warum Menschen häufig mehr im Supermarkt einkaufen, als sie ursprünglich vorhatten. Hierbei kann auf das Auswertungsarbeitsblatt (1b) aus der Einstiegsphase zurückgegriffen werden. Die Durchführung der (Einstiegs-) Befragung gestaltet sich somit als zentrales Element in dieser Unterrichtseinheit. Auf Basis der hier gewonnenen Erkenntnisse wird die Hinführung zum Thema geschaffen und ein Austausch in den Stammgruppen ermöglicht. Des Weiteren sollen die SuS in den Stammgruppen auf Basis eines (fiktiven) Supermarktplans Vermutungen zu möglichen Verkaufsstrategien im Supermarkt aufstellen (Arbeitsblatt 2a). Im Anschluss werden die Strategien in der Gruppe aufgeteilt. Sie können den Stammgruppen zur Einteilung in die Expertengruppen über einen Tafelanschrieb präsentiert werden oder mittels kleiner Zettel in der Gruppe ausgelöst werden. Die Anzahl und Auswahl der zu bearbeitenden Strategien kann der Klassengröße angepasst und variiert werden. Es können beispielsweise auch zwei Strategien gemeinsam erarbeitet werden.

2. Expertengruppen – Wissen erarbeiten:

In den Expertengruppen arbeiten die SuS jeder Gruppe an der jeweiligen, gleichen Strategie zusammen. Nach einer stillen Lese- und Lesephase tauschen sich die SuS zu den Strategien aus und halten die zentralen Aussagen schriftlich fest (Arbeitsblatt 2b–f).

3. Stammgruppen – Wissen austauschen und zusammenführen:

Nach der Expertengruppenphase kehren die SuS in die Stammgruppen zurück und präsentieren sich gegenseitig ihre Strategien. Die Dokumentation der Ergebnisse aus der Expertenarbeit erfolgt auf Basis eines fiktiven Einkaufsbummels in einem Supermarkt (Arbeitsblatt 2g). Die SuS kaufen Produkte von einer Liste und stellen an den entsprechenden Stellen im Supermarkt auf ihrem Einkaufsweg die Strategien vor. Diese können dann kurz schriftlich fixiert und im Supermarktplan farblich hervorgehoben werden.

Abschluss/Reflexion:

Nun ist die eigene Meinung der SuS gefragt. Welche Position nehmen sie hinsichtlich der Nutzung von Verkaufstricks bei den Supermärkten ein. Dies kann je nach Kompetenz der SuS auf Kommunikations- und Urteilsbildungsebene eine offene Diskussion sein, als Podiumsdiskussion („Pro und Kontra von Verkaufstricks“) oder über zur Verfügung gestellte Beispiel-Meinungen (Grafik oder als Arbeitsblatt) impuls-gesteuert erfolgen. Die „Meinungen zu Verkaufsstrategien“ können auch als Einstieg in eine Diskussionsrunde genutzt und von den SuS mit ihrer eigenen Meinung ergänzt werden. Die SuS sollen in dieser Unterrichtsphase begründet Position beziehen. Über die Begründung können Folgen abgeleitet werden, die einen negativen Effekt der Verkaufsstrategien (z. B. Verkauf von zu vielen Lebensmitteln, die eher weggeschmissen werden, zu hohe Geldausgaben) offenlegen.

Falls die SuS gar nicht im Supermarkt einkaufen, sondern lediglich Discounter aufsuchen, finden Sie in den Downloads ein Blatt, in das die SuS die Einkaufswege ihres Discounters eintragen können, um die dahinter liegende Strategie zu erkennen.

Mögliche Vertiefung

Falls eine Exkursion in einen Supermarkt noch nicht stattgefunden hat, könnte diese im naheliegenden Supermarkt abschließend durchgeführt werden. Ziel hierbei ist es, die zuvor erarbeiteten Verkaufsstrategien im realen Umfeld wiederzufinden und das Verhalten der Kunden nachzuvollziehen. Auch hier wären Beobachtungsaufgaben hilfreich, ggf. aufgeteilt auf Kleingruppen oder die SuS befragen Kunden zu ihrem Kaufverhalten. Die SuS stellen im Anschluss die gefundenen Strategien und Verkaufsfälle anhand exemplarischer Produkte (z. B. Produkte in den „Stoppere“, Markenprodukte auf Sichthöhe) kurz vor. Die Präsentation kann, wenn eine Erlaubnis vorliegt, ggf. auch im Markt stattfinden. In jedem Fall sollte vor der Exkursion eine Genehmigung von der Supermarktleitung eingeholt werden.

Arbeitsblatt 1a

Fragebogen zum Einkaufsverhalten

1. Wo kaufst du/ihr am häufigsten Lebensmittel ein?

- Supermarkt
- Discounter
- Wochenmarkt
- direkt beim Bauern/Hofladen
- Biomarkt/-laden
- über das Internet

2. Wie oft geht ihr einkaufen?

- 2–3-mal pro Woche
- einmal pro Woche
- täglich
- alle 2 Wochen

3. Macht ihr euch einen Einkaufszettel, bevor ihr einkaufen geht, und kauft dann mit diesem ein?

- ja manchmal nein

4. Kauft ihr immer das, was ihr braucht oder auch mal mehr als eigentlich nötig ist?

- Wir kaufen nur, was gebraucht wird.
- Wir kaufen auch mal mehr, als wir eigentlich wollten.

a) Falls mal mehr im Einkaufswagen landet, welche Lebensmittel sind das in der Regel (z. B. Obst, Süßigkeiten)?

b) Welche Gründe führen dazu, dass ihr mehr einkauft, als ihr wolltet oder braucht?



Arbeitsblatt 1b

Ergebnisprotokoll zur Umfrage „Einkaufsverhalten“

Arbeitsauftrag: Notiere die in der Klasse gesammelten Ergebnisse aus den Befragungen. Schreibe dazu die entsprechenden Werte in die folgenden Tabellen und mache dir Notizen zu den häufig zu viel eingekauften Lebensmitteln sowie den Gründen dafür.

Frage 1: Einkaufsorte

Supermarkt	Discounter	Wochenmarkt	Bauer/Hofladen	Biomarkt/-laden	Internet

Frage 2: Häufigkeit des Einkaufens

2–3-mal pro Woche	einmal pro Woche	täglich	alle 2 Wochen

Frage 3: Einkaufszettel

ja	manchmal	nein

Frage 4: Einkaufsmenge

Wir kaufen nur, was gebraucht wird.	Wir kaufen auch mal mehr, als wir eigentlich wollten.



Lebensmittel, die häufiger zusätzlich eingekauft werden:

Gründe, warum mehr eingekauft wird, als man wollte oder nötig ist:

Arbeitsblatt 2a

Gruppenpuzzle:

Der Aufbau eines Supermarkts – Zufall oder Strategie?

Arbeitsauftrag – Stammgruppe

Findet euch in Stammgruppen zusammen!

Diskutiert zunächst die Gründe, warum Menschen mehr einkaufen, als sie eigentlich wollten und/oder benötigen. Nehmt den Ausschnitt eines Zeitungsartikels als Anregung hinzu.

Mögliche Gründe:

Verkaufpsychologie im Supermarkt

Links herum kauft's sich leichter

Warum sind im Supermarkt die Gurken weit vorne und die Joghurts ganz hinten? Warum haben die Betreiber Kunden mit Einkaufswagen besonders gern? Warum ist der Eingang immer an der rechten Seite des Gebäudes? Und wieso steht das Mehl ganz unten? ... Was sind die Geheimnisse des Supermarkts? Wie funktioniert die Kunst der Verführung?

angelehnt an Süddeutsche Zeitung,
SZ.de, 9. Juli 2013



Arbeitsblatt 2c

Strategie „Bitte schön langsam“

Um möglichst viel Zeit im Supermarkt zu verbringen, brauchen Kunden nicht nur bequeme Einkaufswagen und angenehme Raumtemperaturen. Sie sollen auch abgebremst werden. Dafür sind beispielsweise Obst und Gemüse am Eingang zuständig. Hier müssen Kunden häufig hin, weil Obst und Gemüse nicht so lange auf Vorrat gekauft werden können. Außerdem braucht die Auswahl Zeit und verlangsamt so das Tempo des Einkäufers und er fängt eher an, durch den Laden zu bummeln. Und das in der Regel mit gesteigertem Appetit, denn die leuchtenden Farben der Früchte und des Gemüses regen den Appetit der Kunden an.

Auf direktem Weg geht es jedoch meist nicht weiter: Eine Art Wühltisch versperrt den halben Gang. „Aufsteller“ nennen das Handelsstrategen. Solche Stopper sollen Tempo aus dem Gang durch den Laden nehmen. Was wird da angeboten? Schokolade z. B. ... stapelweise. Die Präsentation signalisiert: Hier ist etwas billig. Also schnell ein paar Tafeln rein in den Einkaufskorb; das ist eine Gelegenheit. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Kunde mindestens ein Teil auf dem „Stopper“ findet, das eigentlich gar nicht auf seinem Einkaufszettel steht, ist hoch. So stehen Paletten im Weg, die dem Verbraucher einreden sollen, hier gebe es etwas nur für kurze Zeit und man müsse schnell zugreifen.



Arbeitsauftrag: Unterstreiche die wichtigsten Informationen zu der Verkaufsstrategie und fasse sie stichpunktartig zusammen.

Arbeitsblatt 2g

Verkaufsstrategien im Supermarkt

Arbeitsauftrag – Stammgruppe:

Macht einen Einkaufsbummel durch den Supermarkt und besorgt die Lebensmittel auf der Einkaufsliste. Markiert die Orte, an denen ihr etwas in euren Einkaufswagen packt. Stellt euch dabei gegenseitig die Strategien vor, die euren Einkaufsbummel beeinflussen. Haltet die wichtigsten Informationen schriftlich fest und markiert, soweit möglich, die Strategien im Markt jeweils mit einer anderen Farbe (z. B. rot = Stopper).

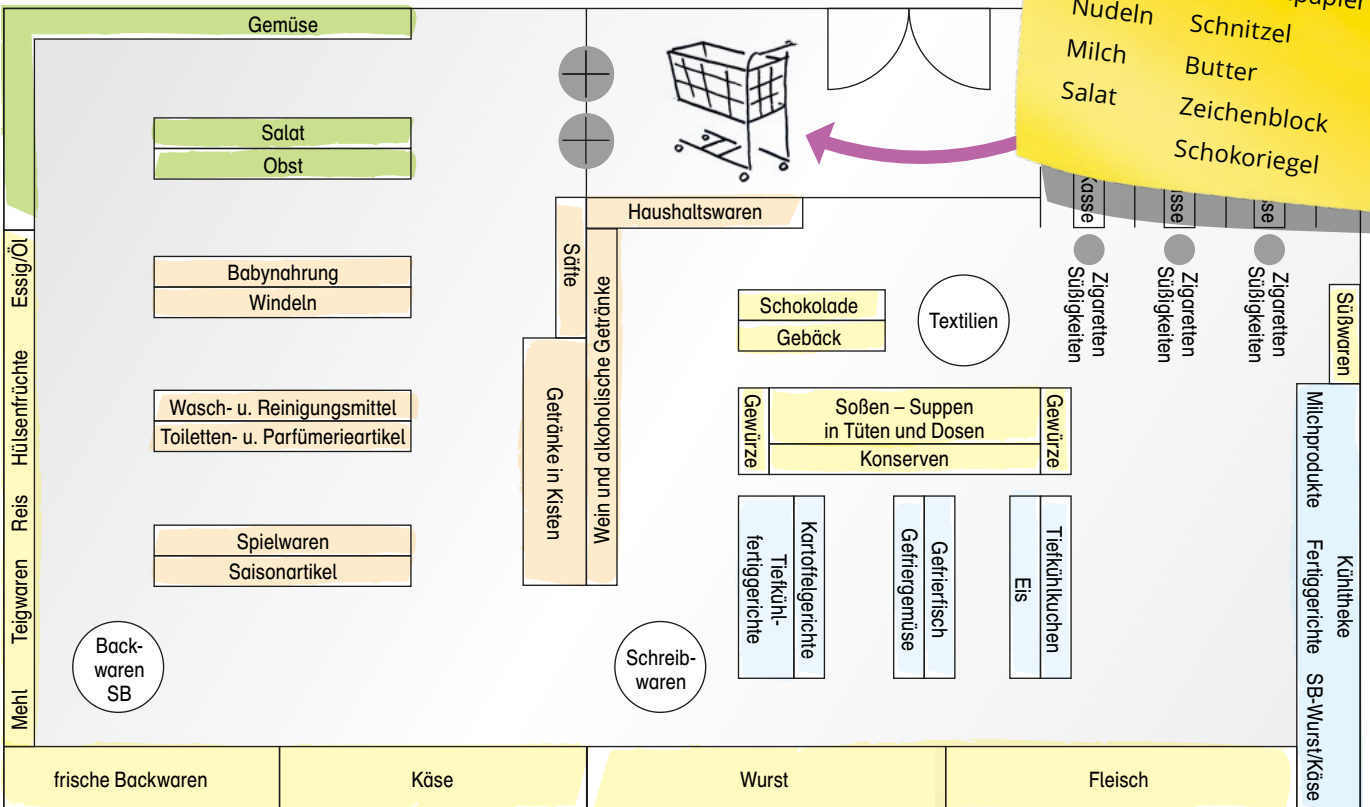
Strategie:

Strategie:

Strategie:

Strategie:

Strategie:



Käse
Brot
Nudeln
Milch
Salat
Birnen
Toilettenpapier
Schnitzel
Butter
Zeichenblock
Schokoriegel

Meinungen zu Verkaufsstrategien

Arbeitsauftrag: Welche der aufgeführten Meinung kommt deiner eigenen Meinungen zu den Verkaufstricks von Supermärkten am nächsten? Kreuze sie an und begründe deine Entscheidung. Kannst du keiner Position zustimmen, dann schreib deine eigene Meinung in die leere Sprechblase und begründe diese.

Supermarktleiter



„Ich bin darauf angewiesen, dass die Kunden viel in meinem Laden kaufen. Und wenn dabei bestimmte Tricks helfen, dann setze ich diese natürlich ein.“

Student



„Die wollen mir doch nur das Geld aus der Tasche ziehen. Ein einfach aufgebauter Markt würde mir reichen.“

Geschäftsfrau



„Ich habe nicht viel Zeit zum Einkaufen und wenn ich dann durch Schilder, Durchsagen und kleine Präsentationsflächen schnell sehe, was gut ist, dann kaufe ich das.“

Mutter



„Ich verbringe viel Zeit mit Einkaufen und dann möchte ich das auch in einer angenehmen Atmosphäre tun. So ein paar Angebote sind ja auch interessant und man würde sie vielleicht nicht sehen, wenn alles im Regal ist. Aber meist kaufe ich dann auch mehr, als ich brauche.“

Jugendlicher



„Mich interessieren eigentlich nur die Chips-Regale und die Süßigkeiten am Eingang. Die sind immer da und dann weiß ich sofort, wo ich hin muss.“

Andere Meinung



Meine Begründung zur ausgewählten Meinung:

4

Einkaufen – spontan oder geplant?

4.1 Methode: gestaffelte Gruppenarbeit/1-2-4-Alle-Methode, Material

Material für den gesamten Unterrichtsabschnitt:

Faktenblatt

Arbeitsblatt 3a/3b (Fallbeispiele zum Einkaufsverhalten)

Arbeitsblatt 4a/4b (Einkaufen nach Plan/Speisenplanung)

Einstieg zur 1-2-4-Alle-Methode

Aus der Befragung der Eltern oder Bekannten zum Kaufverhalten können die Ergebnisse der Fragen 2 und 3 als Einstieg in die folgende Erarbeitungsphase genutzt werden. Die Ergebnisse können wiederum an der Tafel oder per Kugellagermethode (Informationen zur Methode: <https://de.wikipedia.org/wiki/Karussellgespräch>) kurz präsentiert werden. Hierbei kann ggf. auch auf das Ergebnisprotokoll zurückgegriffen werden.

Alternativer Einstieg

Ist aus Zeit- und/oder Organisationsgründen keine vorbereitende Umfrage möglich, kann auf das Faktenblatt zum Einkaufsverhalten der Deutschen zurückgegriffen werden. Präsentiert über OH-Projektor, Beamer oder digitales Whiteboard bietet es Anknüpfungspunkte zur Diskussion verschiedener Verhaltensmuster beim Einkaufen. Zudem können sich die SuS innerhalb der aufgezeigten Statements selbst verorten und Position beziehen.

Ergebnis des jeweiligen Einstiegs sollte es sein, mit den SuS verschiedene Typen von Käufern kurz zusammenzutragen. Gegebenenfalls können von den SuS oder der Lehrkraft die Extreme „planloses und planvolles Kaufverhalten“ in Kombination „ohne und mit Einkaufszettel“ herausgestellt werden. Mit der Frage, „Welche Vor- und Nachteile mit dem jeweiligen Einkaufsverhalten verbunden sind?“, wird die gestaffelte Gruppenarbeit eingeleitet. Zur Vorbereitung wird in der Klasse mit „1, 2, 1, 2 ...“ abgezählt.



Ablauf und Inhalt zur 1-2-4-Alle-Methode

1. Einzelarbeit

Die Fallbeispiele 1 und 2 werden entsprechend der Abzählung jeweils auf die SuS verteilt (Arbeitsblatt 3a und 3b). Diese lesen sich das Fallbeispiel durch und stellen die Vor- und Nachteile des im Beispiel dargestellten Einkaufsverhaltens heraus.

2. Partnerarbeit

Es setzen sich immer zwei SuS mit unterschiedlichen Fallbeispielen zusammen. Es erfolgt eine kurze Vorstellung der Fallbeispiele und das Zusammentragen der Vor- und Nachteile eines geplanten und spontanen Einkaufsverhaltens.

3. Gruppenarbeit

Die SuS finden sich in Vierer-Gruppen zusammen mit je zwei Schülern mit Fallbeispiel 1 und je zwei mit Fallbeispiel 2. Nach einem kurzen Abgleich der Ergebnisse und etwaigen Ergänzungen des Kataloges an Vor- und Nachteilen, erarbeiten die SuS in der Kleingruppe mithilfe von Kochbüchern eine Mahlzeiten- und Einkaufsplanung für ein Wochenende (Arbeitsblatt 4a). Die Vorlage zum Speiseplan sollte den SuS möglichst groß (z. B. A3-Kopie oder SuS erstellen Tabelle selbst) zur Verfügung gestellt werden, damit hier genug Platz zur Dokumentation gegeben ist.

Die Speisenplanung für ein ganzes Wochenende kann je nach Klassenstufe zu komplex für die SuS sein. Eine Möglichkeit zur Differenzierung ist mit dem Arbeitsblatt 4b gegeben, hier soll „nur“ ein Mittagsgeschicht für den Sonntag unter Beachtung bereits zur Verfügung stehender Lebensmittel ausgewählt sowie der Einkauf daraufhin abgestimmt werden. Dies kann ebenso in der Vierer-Gruppe bearbeitet werden oder im Anschluss an die Partnerarbeit auch im Zweier-Team.

4. Plenum

Die Ergebnisse werden im Plenum präsentiert und diskutiert. Hierfür können die Speisepläne im Raum aufgehängt werden oder die Mittagsgeschichte werden auf Karten geschrieben und an der Tafel gesammelt. In einer stummen Erkundungsrunde sollen sich die SuS die jeweils anderen Speisepläne anschauen und sich einen Überblick verschaffen. Es schließt sich eine Auswertungsrunde im Plenum an, in der die SuS Unterschiede und Gemeinsamkeiten zu den Speiseplänen (ggf. Mittagsgeschichten) zusammentragen und ihr Vorgehen bei der Planung reflektieren. Hierbei können die SuS ihre eigene Einstellung zu den gegensätzlichen Einkaufsverhaltensweisen diskutieren und somit über ihr eigenes Kaufverhalten nachdenken. Aus der Zusammenführung der Erkenntnisse möglicher Vor- und Nachteile von spezifischen Verhaltensmustern beim Einkaufen und dem eigenen Verhalten können mit den SuS mögliche Folgen des jeweiligen Verhaltens diskutiert werden. Hintergrund der Diskussion ist es, die SuS ins Nachdenken zu bringen, inwieweit das Einkaufsverhalten mit dem übermäßigen Wegwerfen bzw. der Verschwendung von Lebensmitteln zusammenhängt und welche Folgen dies wiederum für die Umwelt und den Menschen hat. Als Impuls könnten hier auch die Statements auf dem Faktenblatt ergänzend präsentiert werden.

Anmerkungen: Je nach Zeitkontingent und Leistungsniveau der Klasse sowie dem Erfahrungsstand zum selbstständigen Arbeiten kann zwischen der 1. und 2. Phase noch eine themengleiche Partnerarbeitsphase eingeschoben werden (angelehnt an die Methode des Partnerpuzzles). Zwei SuS mit dem gleichen Fallbeispiel arbeiten hier zusammen und vergleichen ihre erarbeiteten Vor- und Nachteile. Zudem kann zur Sicherung der 3. Phase davor eine Plenumsphase stattfinden, in der die Vor- und Nachteile zusammengetragen werden, um einen generellen Erkenntnisstand in der Klasse zu gewährleisten.

Textquellen zu den Informationstexten:

- ▶ <http://www.sueddeutsche.de/geld/verkaufspsychologie-im-supermarkt-links-herum-kaufst-sich-leichter-1.1716665-2>
- ▶ „Zum Kaufrausch verführt“, Generalanzeiger Bonn vom 17.9.2016

Pressemitteilung Nr. 169 vom 30.03.20

So oft geht es in den Supermarkt

Viertausend größtenteils junge Menschen wurden von einem Meinungsforschungsinstitut 2017 zu ihrem Einkaufsverhalten befragt. Mehr als der Hälfte der jüngeren Teilnehmer unter 35 Jahren kaufen zwei- bis dreimal die Woche ein, ein Drittel einmal die Woche. 13 Prozent gehen täglich und etwa vier Prozent bis dreimal die Woche ein, ein Drittel gehen noch seltener einkaufen zu gehen. Ein wenig öfter kaufen Verbraucher über 35 Jahre ein. Zwei Drittel geben an, zwei- bis dreimal die Woche einzukaufen und nur 22 Prozent gehen einmal die Woche in den Supermarkt. Wer im Haushalt für den Einkauf zuständig ist, ändert sich je nach Alter der Befragten.

Deutsche gehen seltener einkaufen in Supermarkt, Discounter und Co., shoppen dafür aber immer effizienter. Die Ausgaben der Verbraucher pro Einkauf blieben jedoch auf einem relativ konstanten Niveau. Die Deutschen sparen übrigens nicht nur gerne beim Preis, sondern auch bei ihrer Einkaufszeit. Für 65 Prozent sind vor allem Sonderangebote beim Einkauf wichtig sind, kaufen zudem 59 Prozent der Verbraucher am liebsten dort ein, wo sie ihren Einkauf schnell erledigen können.

(Quelle: <https://www.appinio.com/de/blog/supermarkt-studie>)

„Ich gebe beim Einkaufen häufig mehr aus als geplant.“

„Ich plane meinen Einkauf meistens genau und verwende einen Einkaufszettel.“

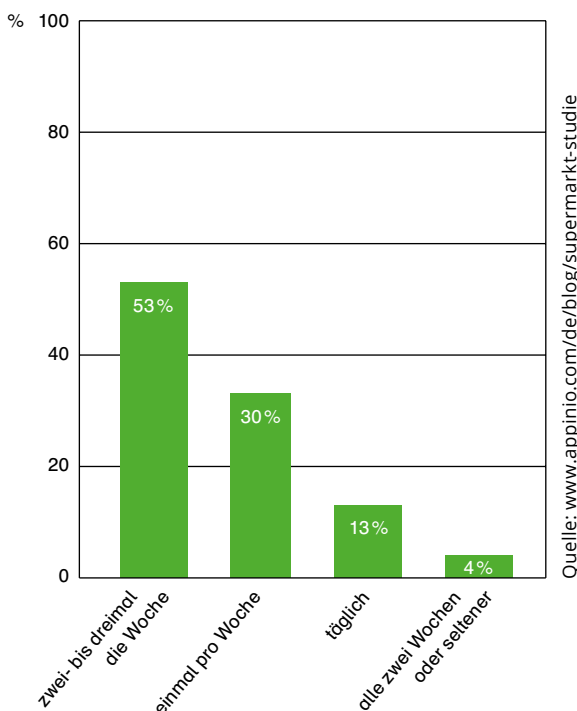
„Beim Einkaufen von Produkten des täglichen Lebens achte ich auf Sonderangebote.“

„Beim Kauf von Frischwaren (Fleisch, Käse) lege ich großen Wert auf fachkundige Beratung.“

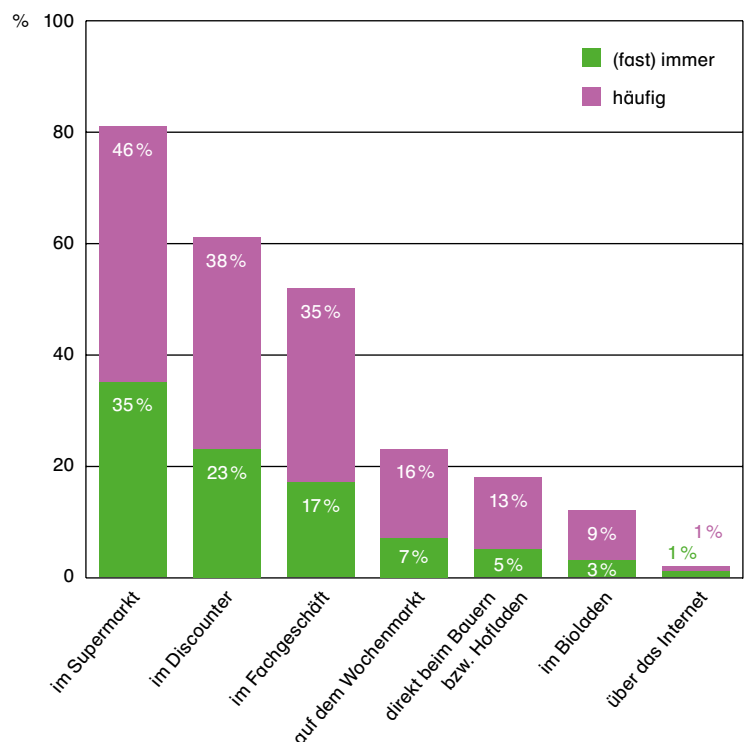
„Der Ruf einzelner Hersteller ist mir beim Kauf sehr wichtig.“

„Am Regal vergleiche ich verschiedene Produkte häufig genau.“

Wenn Sie an Ihre Lebensmitteleinkäufe denken, wie oft kaufen Sie ein?



Wenn Sie an Ihre Lebensmitteleinkäufe denken, wie häufig kaufen Sie Ihre Lebensmittel ...?



Arbeitsblatt 3a

Einkaufen – spontan oder geplant?

Arbeitsauftrag zur Einzelarbeit: Lies dir die Meinung und Einstellung von Mark und Ina durch. Trage die Vor- und Nachteile, die Mark und Ina für ihr spontanes Kaufverhalten nennen, in der Tabelle zusammen. Fallen dir noch weitere ein?

Beispiel 1: Mark und Ina



„Also, unsere Einkäufe sind immer total spontan, da wir neben dem Studium und Nebenjob viel unterwegs sind. Meistens entscheiden wir kurz vorher, was es zum Mittag- oder Abendessen geben soll und gehen dafür dann jedes Mal einkaufen. Das bedeutet, dass wir in der Woche oft auch bis zu 7-mal einkaufen gehen müssen, wenn wir uns selbst etwas zubereiten. Klar kostet das viel Zeit, denn du musst jedes Mal einen Parkplatz suchen, die Lebensmittel im Supermarkt zusammenfinden, an der Kasse stehen und anschließend alles nach Hause transportieren. Hin und wieder nervt es schon, dass man nicht einfach den Kühlschrank aufmachen und sich daraus etwas zubereiten kann, anstatt wieder in den Supermarkt zu gehen. Aber dafür können wir unsere Mahlzeiten nach Belieben zusammenstellen und können auch einfach mal sagen ‚Heute essen wir auswärts oder holen uns einen Döner oder Pizza‘. So können wir uns immer etwas zubereiten, worauf wir gerade Lust haben, und müssen nicht eine Woche vorher bereits wissen, was wir kommenden Freitag essen. Und auch um die Lagerung brauchen wir uns nicht so viele Gedanken zu machen.“

Kaufverhalten	Vorteile	Nachteile
Spontan/ planlos		

Du bist fertig?! Dann finde dich mit einem Mitschüler/einer Mitschülerin zusammen der/die Beispiel 2 bearbeitet hat. Tauscht euch aus und tragt jeweils die Vor- und Nachteile des unterschiedlichen Kaufverhaltens zusammen.

Kaufverhalten	Vorteile	Nachteile
Vorbereitet/ geplant		

Arbeitsblatt 3b

Einkaufen – spontan oder geplant?

Arbeitsauftrag zur Einzelarbeit: Lies dir die Meinung und Einstellung von Frau Müller und ihrer Familie durch. Trage die Vor- und Nachteile, die Frau Müller für ihr geplantes Kaufverhalten nennt, in der Tabelle zusammen. Fallen dir noch weitere ein?



Beispiel 2: Frau Müller

„Ohne eine gute Einkaufs- und Mahlzeitenplanung würde unser Alltag überhaupt nicht funktionieren, denn ich habe ja einen Job als Bürokauffrau und brauche auch viel Zeit für die Kinder. Schließlich sparen wir durch einen Großeinkauf einmal in der Woche nicht nur viel Zeit, sondern vor allem auch Arbeitskraft und Geld. Dafür haben wir in der Küche einen Einkaufszettel angebracht, auf dem alle Lebensmittel und Produkte, die verbraucht oder fast leer sind, kurz notiert werden, und zwar von allen Familienmitgliedern. Auf diesen Einkaufszettel schreiben auch alle ihre Mahlzeitenwünsche für die kommende Woche. Sonntagabends oder spätestens Montag verschaffe ich mir immer einen Überblick über alle fehlenden Produkte und über die Gerichte, die ich in der kommenden Woche zubereiten möchte, und berücksichtige dabei natürlich die Wünsche meiner Familie. Habe ich alle fehlenden Lebensmittel und Produkte zusammen, ziehe ich los und kaufe genau nach dem Einkaufszettel ein. Damit erspare ich mir insbesondere unnötige Spontaneinkäufe. Bei der richtigen Lagerung zu Hause kann ich nahezu alle Lebensmittel auf Vorrat kaufen. Schnell verderbliche Lebensmittel wie Gemüse, Obst, frisches Fleisch besorge ich ungefähr 2-mal in der Woche frisch.“

Kaufverhalten	Vorteile	Nachteile
Vorbereitet/ geplant		

Du bist fertig?! Dann finde dich mit einem Mitschüler/einer Mitschülerin zusammen der/die Beispiel 1 bearbeitet hat. Tauscht euch aus und tragt jeweils die Vor- und Nachteile des unterschiedlichen Kaufverhaltens zusammen.

Kaufverhalten	Vorteile	Nachteile
Spontan/ planlos		

Arbeitsblatt 4a

Einkaufen nach Plan!

Bald ist wieder Wochenende, aber der Kühlschrank schon fast leer. Was soll es denn zu essen geben? Vielleicht Brötchen zum Frühstück oder lieber einen Toast? Und mittags ein Stück Fleisch ... Das Angebot im Supermarkt ist reichhaltig, da fallen spontane Entscheidungen schwer. Ihr geht nun mit Plan an das Vorhaben „Wochenendeinkauf“. Überlegt euch Mahlzeiten für Samstag und Sonntag, die abwechslungsreich und gesund sind. Außerdem solltet ihr aber auch die Lebensmittel verwenden, die ihr noch im Kühlschrank und in der Vorratskammer habt.



Arbeitsaufträge zur Gruppenarbeit:

1. Verschafft euch einen Überblick über die noch vorhandenen Lebensmittel.
2. Überlegt euch Gerichte, die ihr mit den vorhandenen Vorräten und weiteren Lebensmitteln, die eingekauft werden müssten, erstellen könnt. Nutzt dazu die zur Verfügung gestellten Kochbücher.
3. Haltet im Speiseplan fest, wann ihr welche Gerichte essen möchtet.
4. Tragt nun alle Lebensmittel zusammen, die ihr für eure Gerichte noch braucht, und erstellt einen Einkaufszettel.

Vorhandene Lebensmittel:

- ✓ Salz, Pfeffer und andere Gewürze
- ✓ Speiseöl, Butter
- ✓ 1 Packung Milch
- ✓ 250 g Frischkäse
- ✓ Marmelade
- ✓ Zucker und Mehl
- ✓ 1 kg Kartoffeln
- ✓ 1 Paket Nudeln
- ✓ 5 Zwiebeln

Einkaufszettel:

Speiseplan für das Wochenende:

	Samstag	Sonntag
Frühstück		
Zwischenmahlzeit		
Mittagessen		
Zwischenmahlzeit		
Abendessen		

Zusatzaufgabe:

Formuliert Tipps, die ihr bei der Lagerung der eingekauften Lebensmittel beachten sollt.

Nehmt dabei folgende Quellen zur Hilfe:

<https://www.bzfe.de/lebensmittel-richtig-lagern-645.html>

<https://www.bzfe.de/lebensmittelverderb-erkennen-748.html>

Arbeitsblatt 4b

Am Sonntag gibt es ...

Essen nach Wahl! Vielleicht sind es Kartoffeln und Gemüse, ein deftiger Auflauf oder doch der Sonntagsbraten und etwas Süßes zum Nachtisch. Du kannst entscheiden, was auf den Mittagstisch kommen soll. Doch eine Sache gibt es zu beachten – in der Vorratskammer sind einige Lebensmittel, die verbraucht werden müssen.

Arbeitsaufträge:

1. Verschafft euch einen Überblick über die noch vorhandenen Lebensmittel.
2. Sammelt auf dem Notizblatt Ideen für mögliche Gerichte, die ihr gerne esst und in denen einige der noch vorhandenen Lebensmittel verwendet werden könnten (z. B. Bratkartoffeln mit Spiegelei).
3. Schaut mal in ein Kochbuch. Wählt ein Gericht aus, dass ihr zum Mittag am Sonntag gerne essen würdet.
4. Schreibt euer Gericht in den Plan für das Wochenende und listet alle Lebensmittel auf, die ihr dafür noch einkaufen müsst.

Finde dich mit mindestens einem Partner zusammen und plant ein gemeinsames Mittagsggericht!

Vorhandene Lebensmittel: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Salz, Pfeffer und andere Gewürze ✓ Speiseöl, Butter ✓ 1 Packung Milch ✓ 3 Eier ✓ 1 kg Kartoffeln ✓ 1 Paket Nudeln ✓ 5 Möhren 	Eure Ideen für ein Gericht: <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
--	--

	Was gibt es zu essen?	Was muss noch eingekauft werden?
Samstag	Nudeln mit Tomatensoße, gemischter Salat und Vanillepudding	– Tomaten (frische oder aus der Dose) – Tomatenmark – Salat, Paprika, Gurke – Fertige Salatsoße, wenn kein Essig oder keine Zitrone im Haus ist – Vanillepuddingpulver
Sonntag		



Die Schulfestfirma – Projektorientiertes Lernen im Unterricht

Stolze und glückliche Schülerinnen und Schüler, ein gelungenes Schulfest und Lehrkräfte die gerne wieder ein Projekt umsetzen würden – das ist das Ziel dieser Materialsammlung. Das Unterrichtsmaterial verknüpft in einem Unterrichtsprojekt Themen aus der Ernährungs- und Verbraucherbildung mit wirtschaftlichen Aspekten. Eigenverantwortliches Lernen und Arbeiten im Unterricht nach dem Modell der vollständigen Handlung ermöglicht den Schülern, berufliche Handlungskompetenz aufzubauen. Die Planung und Durchführung eines Schulfestes wird als Sechs-Phasen-Modell analog der Phasen der vollständigen Handlung umgesetzt. Insgesamt 29 Kompetenzkarten vermitteln einerseits Fachkompetenz und andererseits die Umsetzung des Themas in Form einer vollständigen Handlung. Aus der Unterrichtspraxis heraus hat die Autorin das Material entwickelt und vielfach erprobt. Zielgruppe sind Schülerinnen und Schüler weiterführender Schulen, des Berufsvorbereitungsjahres und der Berufsfachschulen sowie von Projektgruppen. Die Kompetenzkarten und Arbeitsblätter sind als PDF-Dateien und als veränderbare Worddateien zum Download verfügbar.

Unterrichtsmaterial Print, DIN A4 (21 x 29,7 cm), 28 Seiten
Bestell-Nr. 1681

ISBN 978-3-8308-1367-5, Erstauflage 2019, 4,50 €

Dieser Artikel ist auch im Download (0.00 EUR) erhältlich!

Rezepte aufs Ohr – Audiorezepte im Unterricht

In diesem Unterrichtsprojekt lernen Schülerinnen und Schüler einfache Gerichte nach Rezept zuzubereiten und sie erstellen dazu eine digitale Hör-Kochanleitung für das Smartphone. Auf diese Weise erwerben sie Fach-, Medien- und Selbstkompetenz. Das Heft erklärt Schritt für Schritt, wie die Umsetzung in sechs bis sieben Doppelstunden funktioniert. Zielgruppe sind Schülerinnen und Schüler ab Klasse 9 in der Sek. I an Gesamt-, Werk-, Haupt- und Realschulen, in der Sek. II vor allem an berufsvorbereitenden und berufsbildenden Schulen mit hauswirtschaftlichem oder sozialpflegerischem Schwerpunkt sowie Berufskollegs. Zahlreiche Arbeitsblätter erleichtern die Umsetzung und sind auch als veränderbare Worddateien zum Download verfügbar.

Unterrichtsmaterial Print, DIN A4 (21 x 29,7 cm), 44 Seiten
Bestell-Nr. 1699

ISBN 978-3-8308-1325-5, Erstauflage 2018, 4,50 €

Dieser Artikel ist auch im Download (0.00 EUR) erhältlich!





Gemüsevielfalt entdecken

Welches Gemüse liebst du und warum? Und woher kommt „Gemüse aus der Region“? Mit den 10 Unterrichtsbausteinen „Gemüsevielfalt entdecken“ können Schülerinnen und Schüler selbst Antworten auf ihre Alltagsfragen finden. Durch den mehrperspektivischen Ansatz des Materials setzen sich die Schülerinnen und Schüler sinnorientiert und aus verschiedenen Blickwinkeln mit unserem Gemüseangebot auseinander. Sie reflektieren ihre Geschmacksvorlieben, erkunden das Angebot im Supermarkt, informieren sich über Transportwege oder diskutieren ihre Kaufentscheidungen. Neben notwendigen Sachkompetenzen werden so die Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenzen der Schülerinnen und Schüler ausgebaut und ihr Urteils- und Entscheidungsvermögen gestärkt. Ergänzend zu den 12 Unterrichtsbausteinen mit Vorschlägen zum Unterrichtsverlauf und Hintergrundinformationen gibt es eine Sammlung von 58 zusätzlichen PDF-Dateien bzw. diese als veränderbare Arbeitsblättern, Vorlagen und weitere Materialien, 7 Rezeptvorlagen (alternativ in Tabellenform). Sie sind ausschließlich über einen geschützten Downloadbereich erhältlich, der mit dem Kauf des Heftes über ein Passwort zugänglich wird. Alle Materialien - auch die im Heft abgedruckten Arbeitsblätter - sind als PDF- und veränderbare Worddatei verfügbar.

Unterrichtsmaterial Print, DIN A4 (21 x 29,7 cm), 40 Seiten
Bestell-Nr. 3895
ISBN 978-3-8308-1401-6, Erstauflage 2020, 4,50 €

Lebensmittelqualität beurteilen – Der Qualitätsfächer zur Verbraucherbildung in Schulen

Warum kaufen Jugendliche gerade diesen Joghurt, diese Chips oder genau das Brot? Weil es schmeckt, bequem, gesund, cool, bio oder fair ist? Mit dem Qualitätsfächer, der als Poster dem Medienpaket beiliegt, hinterfragen die Schüler*innen verschiedene Kriterien. Mithilfe von Fragekarten erarbeiten sie, was Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit und Lifestyle für die Lebensmittelauswahl bedeuten. Dazu liefern die Karten kompakte Infos, Links und motivierende Impulse zur Weiterarbeit. Alle 36 Fragekarten lassen sich durch die Word-Dateien im Downloadbereich differenzieren. Das Medienpaket ist flexibel und modular im Rahmen der schulischen Verbraucherbildung einsetzbar.

Unterrichtsmaterial Print, DIN A4 (21 x 29,7 cm), 16 Seiten
Bestell-Nr. 1638
ISBN 978-3-8308-1325-5, 2. Auflage 2019, 14,50 €





Was hat mein Essen mit dem Klima zu tun?

Können wir durch unsere Ernährungsweise das Klima schonen? Ja, können wir! Diese Unterrichtseinheit erklärt, wie Klima, Nahrungsmittel und persönlicher Lebensstil zusammenhängen, welche Lebensmittel besonders klimarelevant sind und warum der wachsende Fleischkonsum die Erde bedroht. Die Schülerinnen und Schüler können sich die Zusammenhänge in zwei bis drei Doppelstunden erarbeiten. Das überarbeitete und erweiterte Material eignet sich für die Klassen 9 und 10 und für berufsbildende Schulen.

Unterrichtsmaterial Print, DIN A4 (21 x 29,7 cm), 36 Seiten
Bestell-Nr. 3659

ISBN 978-3-8308-1366-8, 3. Auflage 2019, 4,50 €

Dieser Artikel ist auch im Download (0.00 EUR) erhältlich!

Lebensmittel-Infos zum Download – Poster

Zu verschiedenen Obst- und Gemüsearten können Sie über QR-Codes auf dem Poster auf der Website des BZfE Lebensmittel-Infoblätter als PDF-Datei herunterladen. Diese enthält Hinweise zur Lagerung und Verwendung des Lebensmittels sowie ein bebildertes Rezept. Das Poster eignet sich zum Aushang in Ausgabestellen der Tafeln, in sozialen Einrichtungen, in Schulen aber auch in Praxen der Ernährungsberatung. Auf der Website des BZfE erhalten Sie außerdem Hinweise auf weitere Rezepte für dieses Obst oder Gemüse. Das Rezept ist jeweils bebildert und mit einfachen Zubereitungshinweisen versehen. Menschen, die diese Obst- und Gemüsearten noch nicht kennen, können hier einen einfachen Zugang bekommen. Insgesamt werden so 19 Obst- und Gemüsearten vorgestellt und Hinweise zum Mindesthaltbarkeits- und Verbrauchsdatum gegeben.

Poster, DIN A2 (42 x 59,4 cm), 2 Seiten

Bestell-Nr. 1009

ISBN 4 260179 081125, 2. Auflage 2020, 0.00 EUR

Dieser Artikel ist auch im Download (0.00 EUR) erhältlich!



Über das BZfE

Das Bundeszentrum für Ernährung (BZfE) ist ein Kompetenz- und Kommunikationszentrum für Ernährungsfragen in Deutschland. Wir informieren kompetent rund ums Essen und Trinken. Neutral, wissenschaftlich fundiert und vor allem ganz nah am Alltag. Unser Anspruch ist es, die Flut an Informationen zusammenzuführen, einzuordnen und

zielgruppengerecht aufzubereiten. Wir engagieren uns für eine nachhaltige Lebensmittelproduktion und für einen nachhaltigen Lebensmittelkonsum. Wir fördern einen ressourcen- und klimaschonenden Umgang mit Lebensmitteln entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Impressum

Bestell-Nr. **1642/2020**

Herausgeberin:

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)
Präsident: Dr. Hanns-Christoph Eiden
Deichmanns Aue 29, 53179 Bonn
Telefon: 0228 / 68 45 - 0
www.ble.de, www.bzfe.de

Redaktion:

Britta Klein, BLE

Text und Konzeption:

Monique Meier, Universität Kassel

Einzelne Passagen wurden aus dem Modul „Wertschätzung und Verschwendung von Lebensmitteln“ der Universität Paderborn und der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen entnommen.
<http://www.verbraucherzentrale.nrw/wertschaetzung>

Grafik:

Cross Media Solutions, Würzburg
Grafiken Seite 19: samtoon (123rf.com)

Illustrationen:

Ildiko Zavrakidis

Druck:

Druck- und Verlagshaus
Zarbock GmbH & Co. KG
Sontraer Straße 6
60386 Frankfurt am Main

Das Papier besteht zu 100 % aus Recyclingpapier.

Nachdruck und Vervielfältigung – auch auszugsweise – sowie Weitergabe mit Zusätzen, Aufdrucken oder Aufklebern nur mit Zustimmung der BLE gestattet. Alle Angaben erfolgen ohne Verpflichtung oder Garantie der BLE. Sie übernimmt keine Haftung für eventuell vorhandene Unrichtigkeiten.

ISBN 978-3-8308-1408-5

2. Auflage 2020

© BLE



Mehr zu den Nachhaltigkeitszielen unter <https://17ziele.de/17ziele>

Das Bundeszentrum für Ernährung (BZfE) steht für verlässliche Ernährungsinformationen. Wir unterstützen einen ressourcenschonenden und nachhaltigen Lebensmittelkonsum entlang der gesamten Lebensmittelkette. Wir wollen dazu beitragen, dass Menschen einen gesundheitsförderlichen und nachhaltigen Lebensstil entwickeln können. Dazu führen wir die Flut an Informationen zusammen, ordnen sie ein und stellen die Ergebnisse zielgruppengerecht bereit.