
Der Nachhaltige Warenkorb – Vom Ratgeber für nachhaltigen Konsum zum Material für die berufliche Bildung?

Abstract

Konsum ist in unserer Gesellschaft allgegenwärtig. Manche Konsumententscheidungen, wie beispielsweise die Nutzung unterschiedlicher Verkehrsmittel, treffen wir täglich, vielleicht sogar mehrmals, andere, wie beispielsweise die Buchung einer Fernreise, kommen seltener vor. Wer einen nachhaltigen Konsum anstrebt, sieht sich mit vielen Fragen konfrontiert. Das gilt nicht nur für das private, sondern auch für das berufliche Leben. Ratgeber stellen Antworten auf Fragen zum nachhaltigen Konsum bereit. Der vorliegende Beitrag geht der folgenden Frage nach: Wie lassen sich Ratgeber für einen nachhaltigen Konsum für die Ziele der beruflichen Bildung nutzbar machen? Die Untersuchung erfolgt am Beispiel der Berufe des Hotel- und Gaststättengewerbes. Als Beispiel für einen Ratgeber für nachhaltigen Konsum dient der Nachhaltige Warenkorb. Zur Beantwortung der forschungsleitenden Frage werden im ersten Abschnitt Herausforderungen eines nachhaltigen Konsums beschrieben und die Verantwortung von Akteuren der beruflichen Bildung für die Entwicklung nachhaltiger Konsummuster in der Gesellschaft thematisiert. Es folgt eine Untersuchung relevanter Rahmenlehrpläne für Berufe des Hotel- und Gaststättengewerbes anhand der Fragen, welche Anknüpfungspunkte sie für nachhaltigen Konsum enthalten und welche Anforderungen an Lernmaterialien sich ihnen entnehmen lassen. Im zweiten Abschnitt wird der Nachhaltige Warenkorb mit seinen Inhalten und Gestaltungselementen vorgestellt und seine Eignung als Material für die berufliche Bildung anhand der zuvor identifizierten Anknüpfungspunkte überprüft.

1 Nachhaltiger Konsum als Thema in der beruflichen Bildung

Wie hoch ist der Wasserverbrauch für die Produktion einer Tasse Kaffee? Wer hat unter welchen Arbeitsbedingungen den neuen Teppich hergestellt? Wie hoch ist der CO₂-Ausstoß, der durch die Produktion eines Liters Orangensaft entsteht? Welchen Produktkennzeichnungen kann man vertrauen? Konsumentinnen und Konsumenten, denen beim Einkauf, bei der Nutzung und Entsorgung von Produkten und bei der Inanspruchnahme von Dienstleistungen eine nachhaltige Entwicklung unserer Gesellschaft am Herzen liegt, haben es nicht leicht. Sie sehen sich mit vielen Fragen konfrontiert, von denen sie die meisten ohne vorherige zeitaufwendige Informationssuche nicht selbst beantworten können. Eine dieser Fragen, die sich nicht nur Konsumentinnen und Konsumenten, sondern auch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler stellen, lautet: Was ist nachhaltiger Konsum?

In Anlehnung an die im Bericht der Brundtland-Kommission formulierte Definition einer nachhaltigen Entwicklung lässt sich Konsum dann als nachhaltig bezeichnen, „wenn er zur Bedürfnisbefriedigung der heute lebenden Menschen beiträgt, ohne die Bedürfnisbefriedi-

gungsmöglichkeiten zukünftiger Generationen zu gefährden.“ (HANSEN/ SCHRADER 2001, 22). Für die Realisierung eines nachhaltigen Konsumverhaltens gilt es, Konsumhandlungen auszuwählen, die ökologisch, sozial und ökonomisch vernünftig sind (BELZ/ BILHARZ 2007, 24). Nachhaltige Konsumhandlungen zeichnen sich dadurch aus, dass sie die mit Produktion und Konsum einhergehenden sozial-ökologischen Probleme im Vergleich zu konventionellem Konsum verringern, ohne den individuellen Nettonutzen „über Gebühr“ zu senken“ (BELZ/ BILHARZ 2007, 27). Nachhaltiges Konsumverhalten ermöglicht dieser Definition zufolge relative Verbesserungen in der ökologischen und sozialen Dimension.

1.1 Wichtige Herausforderungen eines nachhaltigen Konsums

Welches Produkt gemessen an Kriterien einer nachhaltigen Entwicklung die beste Wahl ist, ist oftmals nicht leicht zu entscheiden. Für die Umsetzung nachhaltigen Konsumverhaltens benötigen Konsumentinnen und Konsumenten Informationen über die sozialen und ökologischen Auswirkungen von Produkten entlang des gesamten Lebenszyklus (BELZ/ BILHARZ 2007, 36). Sie müssen beispielsweise die sozialen und ökologischen Bedingungen in der Herstellung, den Ressourcenverbrauch und den Energieaufwand der Produkte kennen, um sie hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit miteinander vergleichen zu können (ECKERT/ KARG/ ZÄNGLER 2007, 55). Informationen über nachhaltige Produkteigenschaften, bei denen es sich überwiegend um Vertrauenseigenschaften handelt, die sich aus Konsumentensicht nicht überprüfen lassen, sind einerseits nicht leicht zu beschaffen. Andererseits zeichnen sich Informationen über ökologische und soziale Auswirkungen aller Stationen einer international verknüpften Lieferkette durch eine hohe Komplexität aus. Jede einzelne Konsumententscheidung erfordert umfangreiches Detailwissen, wenn unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten optimiert werden soll (BILHARZ/ GRÄSEL 2006, 5). Dieses Detailwissen ist jedoch aus Konsumentensicht wenn überhaupt, dann nur unter größtem Aufwand zu erlangen, da zwischen Konsumentinnen und Konsumenten einerseits und Anbietern andererseits ein Informationsgefälle hinsichtlich der nachhaltigen Produkteigenschaften besteht (ECKERT/ KARG/ ZÄNGLER 2007, 55). Als wichtige miteinander verbundene Herausforderungen eines nachhaltigen Konsums können somit der Mangel an Informationen über nachhaltige Produkteigenschaften und die Komplexität vorhandener nachhaltigkeitsrelevanter Informationen festgehalten werden.

Zahlreiche ökologische und soziale Label sowie Ratgeber stellen bereits heute Informationen für einen nachhaltigen Konsum bereit. Selbst wenn jedoch weitgehende Informationen über ökologische und soziale Auswirkungen zweier Angebote vorliegen, lässt sich oftmals nicht eindeutig bestimmen, welches die nachhaltigere Variante ist. Zielkonflikte sowohl zwischen den Dimensionen der Nachhaltigkeit als auch innerhalb einer einzelnen Dimension erschweren nachhaltige Konsumententscheidungen (HANSEN/ SCHRADER 2001, 24f.). Konsumentinnen und Konsumenten, die Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung übernehmen möchten, müssen abwägen zwischen ökologischen und sozialen Vor- und Nachteilen und dem Gebrauchsnutzen des Produktes, auch wenn sich die Nachhaltigkeit einer Konsumhandlung nicht bis ins kleinste Detail bemessen lässt (SCHOENHEIT 2009, 23). Dieser Abwä-

gungsprozess erfordert nicht nur weitreichende Informationen, sondern auch eine bewusste Schwerpunktsetzung anhand eines stabilen Wertegerüsts. Nur wer die eigenen Prioritäten hinsichtlich unterschiedlicher nachhaltiger Produkteigenschaften genau kennt, kann danach handeln. Zielkonflikte, die zwischen den Nachhaltigkeitsdimensionen oder innerhalb einer Dimension auftreten können, sind eine weitere Herausforderung für nachhaltige Konsumententscheidungen.

Oftmals verlaufen die Prozesse von Konsumententscheidungen automatisiert, so dass ein bewusster Abwägungsprozess gar nicht stattfindet. Konsumententscheidungen sind vielmehr durch Routinen und Gewohnheiten geprägt (BILHARZ/ GRÄSEL 2006, 11; JAEGER-ERBEN 2010, 7). Durch Routinen lässt sich die Komplexität von Entscheidungsprozessen reduzieren und der mit der Entscheidung verbundene kognitive Aufwand verringern (JAEGER-ERBEN 2010, 44f.; KONRAD/ SCHOLL 2009, 21). Angesichts der Schwierigkeit, umfassende Informationen über nachhaltige Produkteigenschaften zu erhalten und zu verarbeiten, stellen Routinen und Gewohnheiten eine Informationsentlastung für die Konsumentinnen und Konsumenten dar. Die Veränderung automatisierter nicht-nachhaltiger Konsummuster in Richtung eines nachhaltigen Konsumverhaltens erfordert die Suche nach Handlungsalternativen, das Aufbrechen bestehender Routinen und die Etablierung neuer Routinen (BILHARZ/ GRÄSEL 2006, 11; WILKE 2002). Konsumentinnen und Konsumenten, die ihre Konsumententscheidungen bewusst nachhaltig gestalten wollen, benötigen Anregungen zur Reflexion der eigenen Routinen und Informationen über nachhaltige Handlungsalternativen, anhand derer sie neue Routinen entwickeln können (JAEGER-ERBEN 2010, 43). Die Überwindung von Routinen und Gewohnheiten hinsichtlich des Konsumverhaltens stellen eine dritte wichtige Herausforderung für die Entwicklung nachhaltiger Konsummuster dar.

1.2 Verantwortung für einen nachhaltigen Konsums

Ein Teil der Verantwortung für die Bewältigung der vorangehend skizzierten Herausforderungen und für die Umsetzung nachhaltiger Konsummuster wird den Konsumentinnen und Konsumenten selbst zugeschrieben (BELZ/ BILHARZ 2007, 36; BUNDESREGIERUNG 2008, 141; SCHOENHEIT 2009, 21). Als weitere wichtige Akteure, denen ebenfalls Verantwortung für die Realisierung nachhaltigen Konsums zukommt, nennen BELZ/ BILHARZ (2007, 38; vgl. auch HANSEN/ SCHRADER 2001, 27f.) „staatliche Institutionen als Gestalter rechtlicher Rahmenbedingungen und als wichtige Akteure politischer Willensbildung; Unternehmen als Anbieter von nachhaltigen Produkten und Leistungen; Medien, Verbraucher- und Umweltorganisationen als Vermittler von Informationen zum nachhaltigen Konsum und nicht zuletzt Wissenschaftler, die aus der Analyse bestehender Gegebenheiten und Ansätze kritische Anstöße für Weiterentwicklungen geben.“

Die pauschale Aussage, dass alle Akteure Verantwortung für einen nachhaltigen Konsum tragen, birgt die Gefahr, dass die Verantwortungszuschreibung und -übernahme beliebig und folglich unrealistisch werden (BELZ/ BILHARZ 2007, 38; BILHARZ/ GRÄSEL 2006, 18). Um dies zu verhindern, sind eine genaue Analyse der Voraussetzungen und Erfolgswahrscheinlichkeiten einer Verantwortungsübernahme sowie darauf aufbauend die Konkretisie-

zung des jeweiligen Gegenstands der Verantwortung erforderlich (BILHARZ/ GRÄSEL 2006, 20).

Zu den Voraussetzungen für eine Verantwortungsübernahme hinsichtlich eines nachhaltigen Konsums gehören Kompetenzen, welche die Konsumentinnen und Konsumenten in die Lage versetzen, die Herausforderungen eines nachhaltigen Konsums (vgl. Abschnitt 1.1) zu bewältigen und nachhaltige Konsumententscheidungen zu treffen. Aus der Perspektive der beruflichen Bildung sind zum einen die Auszubildenden verantwortlich für die nachhaltige Gestaltung ihrer eigenen Konsumhandlungen. Zum anderen tragen Einrichtungen der beruflichen Bildung und Unternehmen Verantwortung dafür, dass die Lernenden die Kompetenzen erwerben können, die sie benötigen, um ihrer Rolle als Verantwortungsträger eines nachhaltigen Konsums im privaten wie auch im beruflichen Leben gerecht werden zu können. In der Verantwortung der Unternehmen liegt es zudem, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Arbeitsalltag die Gelegenheit bekommen, sich für einen nachhaltigen Konsum einzusetzen und sich darüber auszutauschen. Nachhaltigkeitsorientierte Aktivitäten von Unternehmen und die Schaffung entsprechender Gestaltungsspielräume sind insofern wichtige Voraussetzungen dafür, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Kompetenzen für nachhaltiges Konsumverhalten entwickeln und einbringen können (KEHL/ REBMANN/ SCHLÖMER 2009, 30f.).

1.3 Anknüpfungspunkte in den Rahmenlehrplänen der Berufe im Gastgewerbe

Die Kompetenzen, die das Ziel der schulischen Berufsausbildung in den Berufen des Hotel- und Gaststättengewerbes darstellen, und wichtige Lerninhalte sind in den Rahmenlehrplänen dieser Berufe dokumentiert. Im Folgenden werden relevante Rahmenlehrpläne anhand der Fragen untersucht, welche Aspekte eines nachhaltigen Konsums sie enthalten und welche Anforderungen für Lernmaterialien sich aus ihnen entnehmen lassen. Die erste Frage dient der Überprüfung, inwiefern die Berufsschule wichtige Themen eines nachhaltigen Konsums anspricht und somit ihrer Teilverantwortung für einen nachhaltigen Konsum (vgl. Abschnitt 1.2) gerecht wird. Ziel der zweiten Frage ist es, Kriterien für die Bewertung von Lernmaterialien für die berufliche Bildung zum Thema „nachhaltiger Konsum“ zu erarbeiten.

1.3.1 Aspekte nachhaltigen Konsums in relevanten Rahmenlehrplänen

Die Frage, welche Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung insbesondere im Kontext von Globalität und Interkulturalität die Rahmenlehrpläne der Berufe des Hotel- und Gaststättengewerbes aufgreifen, wurde bereits in früheren Forschungsbeiträgen untersucht (MEYER/ TOEPFER 2004; STOMPOROWSKI/ MEYER 2009, 94ff.). Die Ergebnisse dieser Forschungsbeiträge sind in die folgenden Betrachtungen eingeflossen. Ergänzend wurden für diesen Beitrag die Rahmenlehrpläne für die Berufsausbildung im Gastgewerbe und für den Ausbildungsberuf Koch/ Köchin hinsichtlich der Bezugnahme auf wichtige Themen eines nachhaltigen Konsums analysiert. Zunächst werden die Ergebnisse für den allgemeinen Teil beschrieben, der in den Rahmenlehrplänen aller Berufe des Hotel- und Gaststättengewerbes gleich lautet. Anschließend folgt die Darstellung der Ergebnisse für den berufsspezifischen Teil der Rahmenlehrpläne, in dem einzelne Lernfelder beschrieben werden.

Der allgemeine Teil der Rahmenlehrpläne enthält einige Aussagen, über die ein Bezug zur nachhaltigen Entwicklung und zum nachhaltigen Konsum hergestellt werden kann (STOMPOROWSKI/ MEYER 2009, 95). Neben der Befähigung zur Erfüllung der beruflichen Aufgaben ist es ein weiteres Ziel der Berufsschule, „zur Mitgestaltung der Arbeitswelt und Gesellschaft in sozialer und ökologischer Verantwortung“ (Kultusministerkonferenz (KMK) 1997a, 3) zu befähigen. Über die fachlichen Ziele und Inhalte hinaus soll die Berufsschule zudem „im allgemeinen Unterricht und soweit es im Rahmen berufsbezogenen Unterrichts möglich ist, auf Kernprobleme unserer Zeit wie z. B. Arbeit und Arbeitslosigkeit, Friedliches Zusammenleben von Menschen, Völkern und Kulturen in einer Welt unter Wahrung kultureller Identität, Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlage, sowie Gewährleistung der Menschenrechte eingehen“ (KMK 1997a, 4). Grundsätzlich gehören Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung demnach zu den Zielen und Inhalten der Berufsschule. Für die Gestaltung des Unterrichts sind jedoch die in den Rahmenlehrplänen beschriebenen Lernfelder maßgebend.

Einen Hinweis auf die Schwerpunktsetzung bei der Auswahl von Lerninhalten für den Unterricht enthalten die berufsspezifischen Vorbemerkungen im allgemeinen Teil der untersuchten Rahmenlehrpläne: „Dies bedeutet, daß die Lerninhalte möglichst unter dem Aspekt des gastorientierten Handelns zu vermitteln sind.“ (KMK 1997a, 7; KMK 1997b, 6) STOMPOROWSKI/ MEYER (2009, 96) kritisieren die einseitige Empfehlung, die Lerninhalte am gastorientierten Handeln auszurichten, da Gastorientierung nicht per se mit den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung kompatibel sei. Aus Sicht des nachhaltigen Konsums bietet sich die Möglichkeit, gerade auch das gastorientierte Handeln mit Nachhaltigkeitsaspekten zu verknüpfen. Die Schaffung von Angeboten, die den Gästen ein nachhaltiges Konsumverhalten ermöglichen, ist ein Beispiel für Lerninhalte, die Aspekte gastorientierten Handelns und nachhaltigen Konsums miteinander kombinieren. Hinweise auf diese Verknüpfungsmöglichkeit gibt es in den untersuchten Rahmenlehrplänen jedoch nicht.

Ein Hinweis auf nachhaltigkeitsrelevante Lerninhalte lässt sich der Aussage entnehmen, dass im Berufsschulunterricht ein „Problembewusstsein für Fragen der Arbeitssicherheit und des Umweltschutzes zu entwickeln“ (KMK 1997a, 7) sei. Es werden Einzelaspekte des zu entwickelnden Problembewusstseins aufgeführt, die teilweise einen Bezug zu nachhaltigem Konsumverhalten aufweisen. So soll das Bewusstsein der Schüler dafür geweckt werden, „berufsbezogene Umweltbelastungen und Maßnahmen zu ihrer Vermeidung bzw. Verminderung zu beachten, die Wiederverwertung bzw. sachgerechte Entsorgung von Werk- und Hilfsstoffen durchzuführen sowie Grundsätze und Maßnahmen zum rationellen Einsatz der bei der Arbeit genutzten Ressourcen zu berücksichtigen“ (KMK 1997a, 7).

Es ist festzuhalten, dass die grundsätzliche Möglichkeit, Aspekte eines nachhaltigen Konsums in den Unterricht der Berufsschule zu integrieren, in den Rahmenlehrplänen verankert ist. Die relevanten Aussagen bleiben jedoch vage oder erschöpfen sich in der Nennung von Einzelaspekten und entfalten folglich keine große Bedeutung.

Ob und in welchem Ausmaß Aspekte eines nachhaltigen Konsums Eingang in den Unterricht der Berufsschule finden, hängt wesentlich von der Thematisierung dieser Aspekte in der Be-

schreibung der Lernfelder in den Rahmenlehrplänen ab. STOMPOROWSKI/ MEYER (2009, 96ff.) halten diesbezüglich fest, dass in den Lernfeldern der betrachteten Rahmenlehrpläne keine Aussagen zur nachhaltigen Entwicklung enthalten sind. Es werden lediglich Einzelaspekte genannt, die sich überwiegend der ökologischen Dimension einer nachhaltigen Entwicklung zuordnen lassen. Dieses Ergebnis gilt ebenso für das Teilthema „nachhaltiger Konsum“. Zwei Lerninhalte, die ein hohes Potenzial für Anknüpfungspunkte zu Nachhaltigkeitsaspekten aufweisen, sind die Rohstoffauswahl für die Speisenherstellung (Lernfeld 1.1 „Arbeiten in der Küche“ der gastgewerblichen Berufe) sowie das Thema „Marketing“ (Lernfeld 2.2 „Marketing“ der gastgewerblichen Berufe). In beiden Beschreibungen finden Aspekte eines nachhaltigen Konsums keine Erwähnung.

Demnach ist festzuhalten, dass die Beschreibungen der Lernfelder in den Rahmenlehrplänen für die Berufsausbildung im Gastgewerbe und für den Ausbildungsberuf Koch/ Köchin Aspekte eines nachhaltigen Konsums nicht ausreichend thematisieren. Teilweise werden Einzelaspekte der ökologischen Dimension angesprochen. Eine ganzheitliche Integration der Themen „nachhaltige Entwicklung“ und „nachhaltiger Konsum“ erfolgt jedoch nicht.

1.3.2 Anforderungen an Lehr-Lernmaterialien in relevanten Rahmenlehrplänen

Lernmaterialien sollen die Ziele des Berufsschulunterrichts unterstützen. Aus den Zielen, die in den Rahmenlehrplänen dokumentiert sind, lassen sich Anforderungen für die Gestaltung von Lernmaterialien entwickeln. Im Folgenden wird der Rahmenlehrplan für die Berufsausbildung im Gastgewerbe (KMK 1997a) hinsichtlich der Frage untersucht, welche Hinweise er für die Gestaltung von Lernmaterialien enthält. Um die Entwicklung von Handlungskompetenz, die als übergeordnetes Ziel berufsschulischen Unterrichts festgelegt ist, zu fördern, soll der Unterricht handlungsorientiert gestaltet werden (KMK 1997a, 5). Eine wichtige Anforderung an Lehrmaterialien ist somit, dass sie einen *handlungsorientierten Unterricht ermöglichen*. Lernen in der Berufsschule erfolgt grundsätzlich „in Beziehung auf konkretes, berufliches Handeln“ (KMK 1997a, 5). Für die Gestaltung eines handlungsorientierten Unterrichts sollen zudem Situationen als Bezugspunkte gewählt werden, die für die Berufsausübung bedeutsam sind (KMK 1997a, 5). Lernmaterialien sollten demnach so gestaltet sein, dass sie *Bezüge zu konkreten Arbeitsprozessen herstellen*. Zur Unterstützung des handlungsorientierten Unterrichts sollten Lernmaterialien außerdem *dazu anregen, Handlungen hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Auswirkungen zu reflektieren* (KMK 1997a, 5). Weitere Anforderungen an Lernmaterialien sind die *Unterstützung eines projektorientierten Unterrichts* und die *Ermöglichung exemplarischen Lernens* (KMK 1997a, 6).

Anknüpfend an die in Abschnitt 1.3.1 dargestellten Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung lässt sich dem allgemeinen Teil der untersuchten Rahmenlehrpläne eine weitere Anforderung an Lernmaterialien entnehmen. Um dazu beizutragen, die Schülerinnen und Schüler zur Mitgestaltung der Arbeitswelt und Gesellschaft in sozialer und ökologischer Verantwortung zu befähigen (KMK 1997a, 3), sind nachhaltigkeitsrelevante Themen in den Unterricht zu integrieren. Lernmaterialien sollten *Themen einer nachhaltigen Entwicklung und eines nachhaltigen Konsums in ausreichendem Maße aufgreifen*.

Die vorangehend dargestellten Anforderungen können dazu herangezogen werden, die Nützlichkeit von Dokumenten als Material für die berufliche Bildung zu prüfen. Dies geschieht im Folgenden am Beispiel des Nachhaltigen Warenkorbs.

2 Der Nachhaltige Warenkorb als Material für die berufliche Bildung

Der Nachhaltige Warenkorb (RAT FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG (RNE) 2011) ist ein Ratgeber für nachhaltigen Konsum. Ein Ziel der Berufsschule ist die Befähigung „zur Mitgestaltung der Arbeitswelt und Gesellschaft in sozialer und ökologischer Verantwortung“ (KMK 1997a, 3). Die Befähigung zu nachhaltigem Konsumverhalten stellt einen wichtigen Teilaspekt dieses Ziels dar. Dieser Betrag geht folglich von der Annahme aus, dass Ratgeber für einen nachhaltigen Konsum wie der Nachhaltige Warenkorb als Material für die berufliche Bildung nützlich sein können. Im Folgenden werden Inhalte, die für Berufe des Hotel- und Gaststättengewerbes relevant sind, sowie wesentliche Gestaltungselemente des Nachhaltigen Warenkorbs dargestellt. Es folgt eine Prüfung, inwiefern der Nachhaltige Warenkorb als Material für die berufliche Bildung geeignet ist.

2.1 Gestaltungselemente und Inhalte des Nachhaltigen Warenkorbs

Der Hauptteil des Nachhaltigen Warenkorbs gliedert sich in drei Teile: (1) Der tägliche Einkauf – mit Spontaneität und Gewohnheiten durch den Alltag, (2) Die seltenen Einkäufe – die Suche nach Informationen lohnt sich und (3) Die großen Anschaffungen – gut überlegt und langfristig gedacht. Beispiele für Kapitel, die eine hohe Relevanz für die Aus- und Weiterbildung im Hotel- und Gaststättengewerbe haben, sind „Lebensmittel – gesund und lecker“, „Waschen und Reinigen – umweltbewusst zahlt sich aus“ und „Reisen – erholen und Neues entdecken“. Im Folgenden werden anhand von Beispielen Gestaltungselemente des Nachhaltigen Warenkorbs dargestellt, die für die berufliche Bildung im Hotel- und Gaststättengewerbe interessant sein können.

Produktgeschichten betrachten die Lieferkette eines Produktes unter einer bestimmten Perspektive. Beispielsweise werden die CO₂-Emissionen dargestellt, die im Herstellungsprozess für einen Liter Orangensaft entstehen: „*Wer mehrere Gläser Orangensaft trinkt und die Getränkeverpackung entsorgt, verursacht vordergründig nur sehr geringe CO₂-Emissionen. Denn der CO₂-Ausstoß, der beim Verbrauch und bei der Entsorgung von einem Liter Orangensaft entsteht, ist vergleichsweise gering, wenn man die gesamte Produktgeschichte des Getränks betrachtet. Der größte Anteil der CO₂-Emissionen, die während des gesamten Produktlebens von einem Liter Orangensaft entstehen, wird bereits beim Anbau der Orangen durch die Produktion und die Ausbringung des Düngers ausgestoßen. Greifen Sie deshalb öfter zu regionalen Säften.*“ (RNE 2011, 16)

Faustregeln geben Antwort auf knifflige Fragen und bieten Lösungswege für Zielkonflikte an. Ein Beispiel bezieht sich auf den potenziellen Konflikt zwischen Bio-Qualität, Saisonalität und Regionalität: „*Bio-Produkte aus fernen Ländern? Bio-Produkte aus dem Ausland werden oft ins schlechte Licht gestellt. Der Grund: Ihr Transport ist mit hohem Energiever-*

brauch verbunden. Faustregel: Die beste Wahl sind Lebensmittel, die sich durch drei Eigenschaften auf einmal auszeichnen: bio, regional und saisonal. Manchmal ist es gar nicht so einfach, solche Produkte zu finden. Achten Sie dann darauf, dass mindestens einer der drei Aspekte erfüllt ist.“ (RNE 2011, 13)

Verweise auf Internetadressen geben den Lesern Hinweise für weiterführende eigene Recherchen. Ein Beispiel im Kapitel „Reisen“ lautet: „Für Geschäftsreisen gilt: Erste Wahl ist es, persönliche Treffen durch die Nutzung moderner Kommunikationsmittel wie Telefon-, Video- oder Internetkonferenzen zu ersetzen. Lässt sich eine Geschäftsreise nicht vermeiden, wählen Sie das umweltfreundlichste Verkehrsmittel. Legen Sie den Veranstaltungsort für ein Treffen so fest, dass er für die Teilnehmer möglichst verkehrsgünstig liegt. Viele Tipps für Geschäftsreisen, die die Umwelt wenig belasten, enthält der VCD-Leitfaden „Geschäftsreisen“. www.vcd.org/geschaeftsreisen“ (RNE 2011, 47)

Ein wichtiges Gestaltungselement des Nachhaltigen Warenkorb ist die *Darstellung und Bewertung relevanter Produktkennzeichen* am Ende jedes Kapitels. Im Kapitel „Lebensmittel“ beginnt die Liste der Produktkennzeichen beispielsweise mit dem staatlichen Bio-Siegel: *„Das Bio-Siegel ist die deutsche Kennzeichnung für ökologisch erzeugte Produkte, die den Anforderungen der EG-Öko-Verordnung gerecht werden. Dieses Zeichen wird teilweise zusammen mit anderen Kennzeichnungen verwendet, beispielsweise von Handelsmarken oder Anbauverbänden. www.bio-siegel.de“ (RNE 2011, 16)* Ein Beispiel für ein Siegel im Kapitel „Waschen und Reinigen“ ist der Blaue Engel für Reinigungsdienstleistungen: *„Der Blaue Engel kennzeichnet Reinigungsdienstleistungen (Nassreinigung und Kohlendioxidreinigung), die besonders umweltfreundlich sind. Nähere Informationen zum Blauen Engel finden Sie im Abschnitt „Nützliche Dinge im Haushalt – energieeffizient und abfallarm“ auf Seite 38.“ (RNE 2011, 30)* Zusätzlich zu den Kurzbeschreibungen der Siegel enthält der Nachhaltige Warenkorb eine Bewertung hinsichtlich der Frage, wie weitgehend ökologische und soziale Kriterien bei der Vergabe der Produktkennzeichen berücksichtigt werden (GERLACH/SCHUDAK 2010, 40f.).

2.2 Eignung des Nachhaltigen Warenkorb als Material für die berufliche Bildung

Nachdem im vorangehenden Abschnitt der Nachhaltige Warenkorb mit seinen wesentlichen Inhalten und Gestaltungselementen vorgestellt wurde, geht es in diesem Abschnitt darum, zu überprüfen, inwiefern der Nachhaltige Warenkorb den Anforderungen an Lernmaterialien, die in Abschnitt 1.3.2 herausgearbeitet wurden, gerecht wird. Konkret stellt sich die Frage, inwiefern der Nachhaltige Warenkorb dazu beitragen kann, (1) einen handlungsorientierten Unterricht zu ermöglichen, (2) einen Bezug zu konkreten Arbeitsprozessen herzustellen, (3) die Reflexion von Handlungen hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Auswirkungen anzuregen, (4) einen projektorientierten Unterricht und (5) exemplarisches Lernen zu unterstützen sowie (6) Themen eines nachhaltigen Konsums in den Unterricht zu integrieren.

Der Nachhaltige Warenkorb nennt zahlreiche konkrete Handlungsoptionen für einen nachhaltigen Konsum und bietet diverse Anknüpfungspunkte und Anregungen für einen handlungs-

orientierten Unterricht. Demnach erfüllt der Nachhaltige Warenkorb die erste Anforderung an Lernmaterialien der beruflichen Bildung. Der Bezug zu konkreten, beruflichen Arbeitsprozessen fehlt im Nachhaltigen Warenkorb, die zweite Anforderung erfüllt der Ratgeber somit nicht. Ökologische und soziale Auswirkungen von Konsumhandlungen sind dafür ausschlaggebend, ob es gelingt, die Gesellschaft in Richtung Nachhaltigkeit zu entwickeln. Konsumentinnen und Konsumenten zur Reflexion der eigenen Konsumhandlungen hinsichtlich ihrer ökologischen und sozialen Auswirkungen anzuregen, ist ein Kernanliegen des Nachhaltigen Warenkorbs. Die dritte Anforderung ist demnach erfüllt. Anknüpfungspunkte für die Projektarbeit enthält der Ratgeber nur implizit. Konkrete Vorschläge für die Umsetzung von Projekten gibt es nicht. Im Nachhaltigen Warenkorb sind zahlreiche Beispiele für nachhaltiges Konsumverhalten dargestellt. Um exemplarisches Lernen in der Berufsschule zu unterstützen, müssten einzelne dieser Beispiele jedoch detailliert ausgearbeitet werden. Die vierte und die fünfte Anforderung sind demnach nur teilweise erfüllt. Für die thematische Integration eines nachhaltigen Konsums in den Unterricht bietet der Nachhaltige Warenkorb zahlreiche Anknüpfungspunkte. Nachhaltiges Konsumverhalten und entsprechende Handlungsoptionen sind das zentrale Thema des Ratgebers. Diverse Anregungen haben Relevanz für die berufliche Bildung im Hotel- und Gaststättengewerbe. Die sechste Anforderung an Lernmaterialien ist somit erfüllt.

Auf Basis der vorangehenden Ausführungen sind mehrere Nutzungsmöglichkeiten des Nachhaltigen Warenkorbs für die berufliche Bildung denkbar. Sie lassen sich danach unterscheiden, inwiefern sie eine Weiterentwicklung des Ratgebers erfordern. Zwei Nutzungsmöglichkeiten, bei denen der Nachhaltige Warenkorb unverändert verwendet werden kann, sind die Bereitstellung des Ratgebers als Medium für die Schülerinnen und Schüler in einer Schülerbibliothek und die Nutzung als Materialquelle bei der Vorbereitung des Unterrichts durch die Lehrerinnen und Lehrer. Eine mehr oder weniger aufwendige Weiterentwicklung des Nachhaltigen Warenkorbs wäre für die direkte Nutzung des Ratgebers als Lernmaterial im Unterricht oder für die Verwendung als Material zur Umsetzung eines Projektes erforderlich. Mögliche Schritte für die Weiterentwicklung zum Lernmaterial wären eine inhaltliche Anpassung an Lernfelder und Arbeitsprozesse, die Ausarbeitung von Details, Ergänzungen von Lernaufgaben und Lösungen sowie gegebenenfalls die Konstruktion von Fallbeispielen. Der Aufwand für die Weiterentwicklung des Nachhaltigen Warenkorbs für die Projektarbeit hängt davon ab, wie stark das Projekt vorstrukturiert wird. Soll ein Projekt von den Schülerinnen und Schülern weitgehend frei entwickelt und umgesetzt werden, steht vermutlich nicht die Entwicklung passgenauer Projektmaterialien aus Medien wie dem Nachhaltigen Warenkorb, sondern die Begleitung der Schülerinnen und Schüler durch den Projektverlauf im Vordergrund. Ein Beispiel für eine Projektidee zum Thema „nachhaltiger Konsum“ ist die Erarbeitung einer branchenspezifischen Ausgabe des Nachhaltigen Warenkorbs.

3 Fazit

Ziel dieses Beitrags war die Beantwortung der Frage, wie sich Ratgeber für einen nachhaltigen Konsum für die Ziele der beruflichen Bildung nutzbar machen lassen. Im ersten Ab-

schnitt wurden wichtige Herausforderungen für einen nachhaltigen Konsum skizziert. Erstens ist es für Konsumentinnen und Konsumenten schwierig, die Informationen zu erhalten, die sie für eine nachhaltige Konsumententscheidung benötigen. Eng damit verknüpft ist die Herausforderung der Komplexität nachhaltigkeitsrelevanter Informationen. Zweitens erschweren Zielkonflikte die Umsetzung nachhaltigen Konsumverhaltens. Und drittens müssen Routinen aufgebrochen und neue, nachhaltige Routinen angenommen werden, um eine Veränderung des Konsumverhaltens in Richtung Nachhaltigkeit zu erreichen. Berufsschülerinnen und Berufsschüler, Berufsschulen sowie Unternehmen wurden als Verantwortungsträger für einen nachhaltigen Konsum identifiziert. Die Untersuchung relevanter Rahmenlehrpläne ergab, dass dem Thema „nachhaltiger Konsum“ in der Ausbildung für Berufe des Hotel- und Gaststättengewerbes eine geringe Bedeutung zukommt. Schließlich wurden aus den untersuchten Rahmenlehrplänen Anforderungen an Lernmaterialien für die berufliche Bildung entwickelt. Im zweiten Abschnitt wurde der Nachhaltige Warenkorb als Beispiel für einen Ratgeber für nachhaltigen Konsum vorgestellt. Eine Prüfung anhand der zuvor identifizierten Anforderungen ergab, dass der Nachhaltige Warenkorb teilweise als Lernmaterial für die berufliche Bildung geeignet ist. Abschließend wurden Nutzungsmöglichkeiten mit unterschiedlichem Aufwand hinsichtlich der Weiterentwicklung vorgeschlagen.

Als wichtiges Zwischenergebnis dieses Beitrags ist hervorzuheben, dass Kompetenzen für einen nachhaltigen Konsum eine wichtige Rolle für die Verantwortungsübernahme hinsichtlich eines nachhaltigen Konsums spielen. Weitere konzeptionelle Untersuchungen sind erforderlich, um die Kompetenzen für die Umsetzung nachhaltigen Konsumverhaltens zu spezifizieren. Ein weiteres Zwischenergebnis ist, dass relevante Rahmenlehrpläne der Berufe des Hotel- und Gaststättengewerbes Aspekte eines nachhaltigen Konsums kaum berücksichtigen. Bei der Weiterentwicklung der Rahmenlehrpläne sollten Themen eines nachhaltigen Konsums aufgegriffen werden. Im allgemeinen Teil der Rahmenlehrpläne sind wichtige Kompetenzen für die Mitgestaltung einer nachhaltigen Entwicklung und eines nachhaltigen Konsums zu ergänzen und in die Lernfeldbeschreibungen sind nachhaltigkeitsorientierte Lerninhalte aufzunehmen. Die Weiterentwicklung der Rahmenlehrpläne unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten wäre ein wichtiger Schritt der Berufsschule in Richtung Verantwortungsübernahme für die Etablierung nachhaltiger Konsummuster in unserer Gesellschaft.

Literatur

BELZ, F.-M./ BILHARZ, M. (2007): Nachhaltiger Konsum, geteilte Verantwortung und Verbraucherpolitik: Grundlagen. In: BELZ, F.-M./ KARG, G./ WITT, D. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum und Verbraucherpolitik im 21. Jahrhundert. Marburg, 21-52.

BILHARZ, M./ GRÄSEL, C. (2006): Gewusst wie: Strategisches Umwelthandeln als Ansatz zur Förderung ökologischer Kompetenz in Schule und Weiterbildung. In: bildungsforschung, Jahrgang 3, Ausgabe 1. Online:
<http://www.bildungsforschung.org/index.php/bildungsforschung/article/viewFile/27/25> (09-05-2011).

BUNDESREGIERUNG (2008): Fortschrittsbericht 2008 zur nationalen Nachhaltigkeitsstrategie. Für ein nachhaltiges Deutschland. Berlin.

ECKERT, S./ KARG, G./ ZÄNGLER, T. (2007): Nachhaltiger Konsum aus Sicht der Verbraucher. In: BELZ, F.-M./ KARG, G./ WITT, D. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum und Verbraucherpolitik im 21. Jahrhundert. Marburg, 53-77.

GERLACH, A./ SCHUDAK, A. (2010): Bewertung ökologischer und sozialer Label zur Förderung eines nachhaltigen Konsums. In: Umweltpsychologie, 14, H. 2, 30-44.

HANSEN, U./ SCHRADER, U. (2001): Nachhaltiger Konsum – Leerformel oder Leitprinzip? In: SCHRADER, U./ HANSEN, U. (Hrsg.): Nachhaltiger Konsum. Forschung und Praxis im Dialog. Frankfurt a. M., 17-45.

JAEGER-ERBEN, M. (2010): Zwischen Routine, Reflektion und Transformation – die Veränderung von alltäglichem Konsum durch Lebensereignisse und die Rolle von Nachhaltigkeit. Eine empirische Untersuchung unter Berücksichtigung praxistheoretischer Konzepte. Berlin.

KEHL, V./ REBMANN, K./ SCHLÖMER, T. (2009): Nachhaltigkeit in der Fortbildung betrieblicher Ausbilder/innen und ausbildender Fachkräfte in der Tourismuswirtschaft. München, Mehring.

KONRAD, W./ SCHOLL, G. (2009): Verhaltensroutinen in der Freizeitmobilität. Ergebnisse einer quantitativen und qualitativen Befragung. Schriftenreihe des IÖW 193/09. Berlin.

KULTUSMINISTERKONFERENZ (KMK) (1997a): Rahmenlehrplan für die Berufsausbildung im Gastgewerbe. Fachkraft im Gastgewerbe, Hotelfachmann/Hotelfachfrau, Restaurantfachmann/Restaurantfachfrau, Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie, Hotelkaufmann/Hotelkauffrau.

KULTUSMINISTERKONFERENZ (KMK) (1997b): Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Koch/Köchin.

MEYER, H./ TOEPFER, B. (2004): Stellenwert der Berufsbildung für eine nachhaltige Entwicklung in ausgewählten Rahmenlehrplänen des Berufsfeldes Ernährung und Hauswirtschaft. In: MEYER, H./ TOEPFER, B. (Hrsg.): Bildung für eine nachhaltige Entwicklung in den Gastronomie- und Ernährungsberufen – Herausforderungen, Konzepte und Unterrichtsbeispiele. Hochschultage Berufliche Bildung 2004. Bielefeld, 39-54.

RAT FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG (RNE) (Hrsg.) (2011): Der Nachhaltige Warenkorb. Einfach besser einkaufen. Ein Ratgeber. Berlin.

SCHOENHEIT, I. (2009): Nachhaltiger Konsum. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, H. 32-33, 19-26.

STOMPOROWSKI, S./ MEYER, H. (2009): Globalität und Interkulturalität als integrale Bestandteile beruflicher Bildung für eine nachhaltige Entwicklung. Band B 5, Tourismus und Hotellerie. Norderstedt.

WILKE, G. (2002): Neue Mobilitätsdienstleistungen und Alltagspraxis. Wuppertal Papers Nr. 127. Wuppertal.

Zitieren dieses Beitrages

GERLACH, A. (2011): Der Nachhaltige Warenkorb – Vom Ratgeber für nachhaltigen Konsum zum Material für die berufliche Bildung? In: *bwp@ Spezial 5 – Hochschultage Berufliche Bildung 2011*, Workshop 09, hrsg. v. STOMPOROWSKI, S./ MEYER, H., 1-12. Online: http://www.bwpat.de/ht2011/ws09/gerlach_ws09-ht2011.pdf (26-09-2011).

Die Autorin:



Dr. ANNE GERLACH

Universität Hamburg

Sedanstr. 19, 20146 Hamburg

E-mail: anne.gerlach@gmx.de

Homepage: www.ibw.uni-hamburg.de