Licht im Dunkeln

Reflexion, Film und Recherche zu vollständigen Produkt-Informationen



■ Einzelmethode ■ **Modul** ■ Gesamtkonzept

90 Minuten	
ab 14 Jahren, 8 - 30 Teilnehmende (TN)	
Benötigte Materialien (M): M1 - M5, Beamer, Tafel oder Flipchart, PC oder Smartphone für Teilnehmende, Stifte, Moderationskarten (MK)	
Raum, Internetzugang	
Methodische Komplexität	■■■□□
Inhaltliche Tiefe	■■■■□

KURZBESCHREIBUNG

Anhand ihres letzten Einkaufs steigen die Teilnehmenden (TN) in die Frage nach verfügbaren Informationen ein.

Anhand von vier Videos analysieren die TN den Informationsgehalt und die Auswirkung von Werbung.

Dann werden Produkt-Informationen, Informations-Quellen und Auswirkungen entlang des Produkt-Lebenszyklus mit Hilfe eines Puzzles gesammelt.

Abschließend sprechen die TN über Möglichkeiten und Ansätze für mehr Transparenz.

THEMEN

Zuordnung Curriculum: 11 Informationen

Schlagworte: Marktversagen, Informationen, Transparenz, Externalitäten, Produkt, Produktion, Verbraucherschutz

Querbezüge zu anderen Themen im Curriculum:
03 Bedürfnisse, 06 Ressourcen, 10 Externalitäten, 26 Beschaffung, 27 Produktion, 28 Absatz

VORWISSEN

Empfohlenes Vorwissen:

- Grundverständnis, dass Unternehmen Schäden in Umwelt und Gesellschaft verursachen können
- Eigene Erfahrungen mit Kaufentscheidungen

Mögliche Einzel-Methoden oder Module vorab:

- 10 Ich bezahle deine Kosten

VORBEREITUNG

- Platz in Mitte des Raumes für Puzzle (ev. Tisch)
- Beamer und Internetzugang vorbereiten
- Druck M2 + Zuschnitt Freiform (1 pro Gesamt-Gruppe)
- Druck M3, M4 (1 pro Moderation (Mod.))
- Druck M5 (1 pro Teilnehmende (TN))

ABLAUF KOMPAKT

Dieser kompakte Ablauf dient der schnellen Orientierung, z.B. während des Workshops.
Auf der Folgeseite ist zusätzlich ein ausführlicher Ablauf, der sich für eine detaillierte Vorbereitung empfiehlt.

Zeit	Ablauf	Format	Materialien
5	**Positionsbarometer zum letzten Kauf**	Plenum	
10	**Informationsquellen und Informationsdichte**	Plenum Einzeln	M1, Beamer MK, Stifte
25	**Informationen entlang des Produktlebenszyklus**	Plenum Einzeln	M2, M3, M4 MK, Stifte
15	**Produkt-Recherche**	Einzeln, Paar	M5, Internet
15	**Reflexion und Stimmungsbild**	Plenum	
10	**Möglichkeiten und Ansätze von Informationstransparenz – Ausblick auf Anschlussmodul**	Plenum	MK, Stifte
5	**Reflexion**	Plenum	
5	**Abschluss / Puffer**	Plenum	
90	**Summe der gesamten Zeit in Minuten** (automatische Berechnung, bitte ohne Zeichen ‘ für Minute)		

Allgemeine Tipps: Je nachdem, wie selbstständig die Gruppe (über 12 TN) arbeitet, kann das Lebenszyklus-Puzzle auch mehrfach ausgedruckt und in Kleingruppen erarbeitet werden. Dafür benötigt es mehr pädagogische Betreuung. Wichtig ist es, dass unter den TN keine direkten Schuldzuweisungen oder verletzende Bewertungen der individuellen Kaufverhalten gemacht werden. Es soll ein konstruktiver Lernraum entstehen.

Ziele des Moduls: Teilnehmende können …

(■□□ wenig bis ■■■ voll erreichbare Detailkompetenz des Curriculums (Nr. übergeordnete Kompetenz))

■■□ 11.2) ... im Zusammenhang mit dem Gemeinwohl und Externalitäten erläutern, inwiefern eine Betrachtung des Produktnutzens nicht alle relevanten Informationen abdeckt.

■■■ 11.2) ... entlang dem gesamten Produktlebenszyklus relevante Informationen für individuelle und gemeinwohl-orientierte Konsum-, Investitions- oder Arbeitsentscheidungen herausarbeiten.

■■■ 11.2) ... in Bezug auf den eigenen Nutzen und das Gemeinwohl kurzfristig relevante von langfristig relevanten Produktinformationen unterscheiden.

■■□ 11.2) ... in Zusammenhang mit dem Gemeinwohl und Externalitäten analysieren, inwiefern bei alltäglichen ökonomischen Entscheidungen vollständige Informationen vorliegen.

ABLAUF AUSFÜHRLICH

Allgemeine Vorbemerkung: Der vorliegende Ablauf ist vor allem ein inhaltlicher roter Faden. Die methodische Ausgestaltung, inhaltlichen Schwerpunkte und Zeitangaben können bzw. sollten je nach Teilnehmenden, Moderation und Zeitrahmen variieren. Prinzipiell entspricht dies einer zeitlich ambitionierten, d.h. eher dichten Variante. In der Regel können bei längerem Zeitrahmen einzelne Abschnitte problemlos ausgedehnt werden.

Zeit	Ablauf	Format	Materialien
5	**Einstieg: Positionsbarometer zum letzten Kauf** Die Mod. stellt an die TN 3 Fragen. Die TN überlegen sich ihre Antwort und verteilen sich im Raum entlang einer imaginären Linie. Ein Linienende bedeutet volle Zustimmung, das andere Ende volle Ablehnung. Einzelne TN können freiwillig etwas zu ihrer Entscheidung und Position im Raum sagen. *1. Denke an deinen letzten Kauf ab ca. 30€. Hast du aus dem Bauch heraus gekauft oder dich intensiv informiert?* *2. Hattest du alle für dich wichtigen Informationen oder hat dir etwas gefehlt?* Hier ggf. bereits einhaken und verschiedene Arten von Informationen festhalten: z.B. Preis-Leistung, Qualität, Haltbarkeit, Gesundheit vs. Nebeneffekte, wie Entsorgungsprobleme etc.. *3. Wie leicht oder schwer, glaubst du, findet man wichtige Informationen, um bewusste Kaufentscheidungen treffen zu können?* Überleitung mit der Frage an alle TN: *Wie viele relevanten Informationen beziehen wir aus klassischer Werbung (Print/Video)?*	Plenum	
10	**Informationsquellen und Informationsdichte** Die Mod. fragt die TN welche Informationen wir in der Regel als Konsument*innen über Produkte bekommen und wo wir sie finden. Die TN überlegen gemeinsam, welche Informationen es zu Produkten/Dienstleistungen gibt und wo sie die jeweiligen Informationen finden (Quelle). Die Mod. notiert sowohl die Informationen, als auch die Quelle auf je einer MK und bringt sie an einem Flipchart/ Tafel an. Wenn möglich sind die MK in 2 Farben. Eine für die Information und eine andere für die Quelle. Als Hilfestellung kann die Mod. den TN das Bild M1 mit einem Beamer zeigen.	Plenum	Flipchart/Tafel MK, Stifte M1 Beamer

Informationen	Quelle
Name des Produktes, Name der Hersteller*in, Herstellungsort, Preis, Garantie, Bewertung, Kundenerfahrung, Material, Größe, Gewicht, Produktionsweise, Funktionen, Kompatibilität, Reparaturmöglichkeit,	Herstellerseite, Verpackung, Shop, Vergleichsportale, Freunde-Empfehlungen, Werbeclip, Anzeigen im TV, Radio, Webseite, Social Media, Zeitungen, Foren, Beratungsgespräche, Verbraucherzentra-

Recyclingfähigkeit, Lebenserwartung, Siegel und Label, Auswirkung auf Menschen und Umwelt	len, Label oder Siegel-Herausgeber*in	

Optional: Im Anschluss können die TN bestimmen, welche der Informationen ihnen besonders wichtig sind. Das kann verbal, mit Strichen oder Punkten auf den MK passieren.

Im Anschluss wird im Plenum bei wesentlichen Quelle beispielhaft bewertet bzw. geschätzt wie glaubwürdig und detailreich die dort zu findenden Informationen sind. Die Schätzung wird mit einem **+** (sehr glaubwürdig) einem **o** (neutral) oder einem **–** (wenig glaubwürdig) auf den MK notiert.

25 **Informationen entlang des Produktlebenszyklus**

Zum Einstieg zeigt die Mod. den TN folgendes Video. Während des Videos können die TN weitere Informationen und Quellen auf MK schreiben, die ihrer Meinung nach noch nicht genannt wurden: — Plenum

https://www.youtube.com/watch?v=2pgY4IozUQg (bis Minute 4:40)

Im Anschluss sammelt die Mod. mit den TN, welche Lebensabschnitte es bei einem Produkt gibt (von der Idee bis hin zur Mülltonne bzw. Recycling und Wiedereinführung in den Kreislauf). Dabei legt die Mod., wenn die TN einen Teil genannt haben den gesamten Produkt-Lebenszyklus mit den Puzzleteilen (M2) in der Mitte des Raumes auf den Boden oder auf einen großen Tisch. Unterstützend hilft dabei die Auflösung (M3). Die Mod. erklärt dabei kurz die Unterschiede zwischen einem zirkulären und linearen Produktlebenszyklus, ohne daraus den Themenschwerpunkt zu machen. — M2, M3

Die im vorherigen Abschnitt beschrifteten MK werden mit den TN entlang des Produktlebenszyklus verortet. Dafür kann sich jede*r TN eine MK mit einer Information nehmen, die ihr oder ihm besonders wichtig ist. Bei größeren Gruppen können sich 2er Paare finden. Nacheinander können sich die TN bzw. die Paare zu der passenden Stelle im Produktlebenszyklus stellen und ihre MK vorstellen und erklären, warum diese Information ihrer Meinung nach besonders wichtig ist. Ggf. werden noch weitere Karten ergänzt, wenn durch das Schema Produktlebenszyklus noch Lücken sichtbar werden. — MK, Stifte; Plenum

Im Plenum wird überlegt:

- *Welche Auswirkung hat der jeweilige Abschnitt des Produktionszyklus auf Menschen (mich persönlich oder andere Menschen) oder die Umwelt (vor Ort oder weltweit)?*
- *Für wen genau wären Information dazu besonders wichtig?*
- *Sind es langfristig oder kurzfristig relevante Informationen?*

Dafür hilft der Mod. die Übersicht (M4). — M4

Reflexion

- *Welchen Bereich des Produktlebenszyklus findet ihr besonders wichtig? Und warum?*
- *Welche Informationen interessieren euch jetzt am meisten, wenn ihr den kompletten Produktlebenszyklus betrachtet?*
- *Was war neu, was hat euch überrascht?*
- *Fehlt aus eurer Sicht aus etwas?*

15 **Produkt-Recherche**

Die TN können sich selbst ein Produkt aussuchen, dass sie gekauft haben oder gern kaufen würden. Dazu recherchieren sie mit Hilfe des Arbeitsblattes (M5) und sammeln Informationen rund um den gesamten Produktlebenszyklus. Für diese Methoden benötigt es eine Internetrecherche. Das geht im PC-Raum/mit Leihgeräten oder die TN arbeiten mit dem eigenen Handy.

Die TN sollen versuchen zu dem Produkt oder dem Service so viele Informationen, wie möglich zu finden. Auch Werbe-Videos können sich die TN ansehen und dabei besonders auf Gefühle achten, die angesprochen werden. Parallel auch das persönliche Bedürfnis, dass mit dem Produkt befriedigt wird.

Die Recherche kann Einzel oder zu Zweit gut durchgeführt werden.

Einzeln oder Paar

M5

Internet TN

15 **Reflexion und Stimmungsbild**

Wieder im Plenum wird die Recherche mit folgenden Fragen von der Mod. reflektiert.

Plenum

1. Welche Informationen habt ihr besonders leicht gefunden?

2. Welche Informationen habt ihr schwer oder gar nicht gefunden?

3. Welche hättet ihr gern gefunden bzw. sind nötig für eine gute Kaufentscheidung?

4. Was denkt ihr warum sind einige Informationen schwer andere leicht zu finden?

→ Mögliche Antwort: Transparenz vs. Weglassen/Falschinformationen als Marketingstrategie, umwelt- und gesundheitsschädliche Prozesse/Stoffe, lange Transportwege und viele Zwischenstationen, Menschenrechtsverletzungen, intransparente externe Effekte und externalisierte Kosten, überteuerte, intransparente Preise, o.ä.

5. Würdet ihr das Produkt jetzt noch kaufen?

Tipps: Sollte ein*e TN*in ein nachhaltiges Produkt und ein gutes Beispiel für Transparenz haben, sollte und kann das detaillierter besprochen werden.

Optional: Die Mod. bittet die TN zu Beginn der Aufgabe eine Handmeldung (Ja/Nein) zu der folgenden Fragen zu geben:

1. *Du hast gelesen, dass die Firma, die dein Smartphones produziert viele Edelmetalle verwendet. Diese werden in indischen und afrikanischen Ländern abgebaut. Die Menschen arbeiten unter*

	sehr gefährlichen Bedingungen. Flüsse verschmutzen, sodass sie nicht mehr trinkbar sind, Berge werden gesprengt, Tiere sterben. Auch die Menschen vor Ort werden krank. Würdest du das Telefon wieder bei dem selben Hersteller kaufen? Oder/Und 2. *Du erfährst, dass der Stuhl, auf dem du jeden Tag sitzt von einem Hersteller gemacht wird, der sich für den Schutz von Urwäldern einsetzt. Das hat positive Folgen für Natur und Mensch. Die Natur kann sich erholen, Menschen, die vor Ort arbeiten leben gesund. Die Angestellten arbeiten zu geregelte Zeiten von max. 8Std mit bestem Arbeitsschutz bei der Herstellung. Würdest du die Möbel wieder bei dem selben Hersteller kaufen?*		
10	**Möglichkeiten und Ansätze von Informationstransparenz – Ausblick auf Anschlussmodul** Die Mod. fragt die TN und sammelt die Antworten der TN auf MK oder direkt auf Flipchart/Tafel. Sie gibt im Anschluss eventuell einen Ausblick auf ein Anschluss-Modul bei dem genauer auf die Antworten/Wünsche eingegangen werden kann: *1. Welche weiteren Orientierungs- und Informationsmöglichkeiten kennt ihr, um detaillierte Informationen zu bekommen?* *2. Welche sollte es eurer Meinung nach geben?* *3. Was würdet ihr euch darüber hinaus wünschen?* → Mögliche Antworten/Wünsche: • *Gesetze (Lieferkettengesetz)* • *Siegel, Label, Zertifikate: punktuelle Nebeneffekte der Wertschöpfungskette* • *Bilanzen: umfassende, systematische Nebeneffekte der Wertschöpfungskette* • *Kennzeichnungspflicht (Lebensmittelampel)* • *Unparteiische Beratungsstellen: Verbraucherzentralen* • *Transparente und nachhaltige Unternehmensführung* • *Benutzer*in-orientierte Kaufberatung* • *transparente Preise (keine Externalisierung)* **Tipps:** Für einige der oben aufgeführten Punkte (Bilanzen, Siegel, Label, Kennzeichen und Verbraucherzentralen) gibt es ein anknüpfendes Modul. Die Mod. kann die Antworten und Wünsche der TN verwenden, um auf ein anschließendes Modul hinzuweisen.	Plenum	MK Stifte
5	**Reflexion** • *Was war überraschend und neu für euch?* • *Was nehmt ihr mit für zukünftige Kaufentscheidungen?*	Plenum	
5	**Abschluss / Puffer**		
90	**Summe der gesamten Zeit in Minuten**		

VARIANTEN

Recherche zu Beispielprodukt

Die TN können im Vorab oder im Anschluss an des Modul versuchen im privaten Umfeld oder in Eigenrecherche zu einem selbst gewählten Produkt mit dem AB (M5) Antworten auf eigene Fragen bzw. Wünsche in Bezug auf Informationstransparenz zu finden. Diese könnten in einem anschließenden Modul/Stunde besprochen und vertieft werden.

Variante 2

Derzeit noch keine weitere Variante.

ANSCHLUSSMODULE

11 Siegel unter der Lupe

Zum Einstieg sortieren die Teilnehmenden (TN) diverse Siegel und Kennzeichnungen thematisch. Dann werden verschiedene Kategorien zur Unterscheidung von Siegeln herausgearbeitet.

Im Anschluss recherchieren die TN in Gruppen zu einzelnen Siegeln und Kennzeichnungen und vergleichen und bewerten diese. Daraus wird ein Fazit zur verschiedenen Aussagekraft von verschiedenen Siegeln gezogen.

Zum Schluss überlegen sich die TN selbst ein eigenes Label, Kriterien und Bewertungsmechanismen.

29 Gemeinwohl Bilanz

Die TN überlegen sich Gemeinwohl-Kriterien für Unternehmen und clustern diese.

Anschließend lernen sie die Gemeinwohl-Bilanz und Auszüge von gemeinwohl-bilanzierten Unternehmen kennen.

Durch die Anwendung der Bewertungsstufen und eine Priorisierung der Themen beschäftigen sie sich vertieft damit. Abschließend wird die Gemeinwohl-Matrix kontrovers diskutiert.

Alle Bildungsmaterialien zur Gemeinwohl-Ökonomie findest du unter: germany.econgood.org/bildung
Dort findest du eine ausführliche Sachanalyse. Das ist eine Einführung in die thematischen Hintergründe.

Wir freuen uns sehr über Ihre Fragen, Erfahrungen und Anregungen: bildung@econgood.org

Hinweis zu den Nutzungsrechten und den Creative Commons (CC):

Nutzungsrechte:

Dieses Produkt steht unter einer „Creative Commons BY-SA 4.0. International Lizenz“: https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/ Das heißt, Sie dürfen das Material unter folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten, remixen, verändern und darauf aufbauen: Namensnennung der*des Urheber*in, Angabe von Änderungen, Weitergabe unter gleichen Lizenz-Bedingungen.

Version: V01 | Stand: 02/2026 | Online unter: germany.econgood.org/bildung
Herausgebende: AK Bildung der Gemeinwohl-Ökonomie
Rechtlicher Träger: Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e.V. (gemeinnützig)
Infos: germany.econgood.org | **Kontakt:** bildung@econgood.org

Unterstützung: Wir freuen uns, wenn Sie unsere Arbeit mit einer Spende unterstützen!
Spendenkonto: Gemeinwohl-Ökonomie Deutschland e.V. (gemeinnützig) | Verwendungszweck: AK Bildung
IBAN: DE 7243 0609 6713 1853 7400 | BIC: GENODEM1GLS | Bank: GLS Gemeinschaftsbank e.G.