

Name:

Klasse:

Datum:

Vom Acker in die Abo-Kiste: Winter

Schau dir das Video „Vom Acker in die Abo-Kiste: Winter“ in voller Länge **an**.

Hier findest du das Video:

<https://modulbox.vernetzungsstelle-berlin.de/wissenstransfer/saisonvideos>

Bearbeite anschließend die folgenden Aufgaben zum Video.
Schau dir das Video zur Hilfe mehrmals **an**
und **stoppe** das Video je nach Bedarf.



Vom Lager zu den Konsumierenden

1. **Nenne** vier Konsumorte von Lebensmitteln.



2. **Beschrifte** die folgende Maschine, die zur Säuberung der Möhren verwendet werden.



3. **Nenne** drei unterschiedliche Eigenschaften, in denen sich Möhren untereinander unterscheiden können.



Entscheidungen der Verbraucher:innen

4. **Lese** die Aussage zum Kaufverhalten vom Produzenten Daniel Riesener **durch**.



„Ihr als Verbraucher der Zukunft entscheidet natürlich, welche Produkte im Laden liegen und wie die Produkte aussehen. In der Natur wächst nicht jede Möhre gerade.

Wir haben natürlich auch Möhren, die leicht entstellt sind oder lustige Möhren, krumme Möhren. Gilt nicht nur für Möhren.

Krumme Zucchini werden vom Handel gar nicht genommen. Das kann man in Zukunft ändern, in dem die Verbraucher, also ihr, diese Ware auch nachfragt oder kauft und nicht bloß rechts liegen lasst.

Genauso, wenn mal eine Größere dabei ist. Die schmeckt genauso, wie eine Kleinere.“

5. **Kreuze** einen Vorschlag zur Änderung des Kaufverhaltens **an**.

- a) Lebensmittel kaufen, die dem typischen Aussehen entsprechen, um einen Beitrag zur Lebensmittelverschwendung zu leisten.
- b) Nur perfekt geformte und standardisierte Lebensmittel kaufen, um eine nachhaltige Lebensmittelproduktion zu fördern.
- c) Auch unkonventionelle Lebensmittel nachfragen und kaufen.
- d) Sich nur für kleine Portionen entscheiden, um die Vielfalt und Auswahl in Lebensmitteln zu unterstützen.

Verpackungen und Transport

6. Erkläre, warum Plastikverpackungen für den Transport von Lebensmitteln genutzt werden.



7. Trenne die Wörter an der richtigen Stelle.

R E S S O U R C E N I N T E N S I V E E I N W E G V E R P A C K U N G E N

8. Ergänze den Satz mit den Wörtern aus Aufgabe 7.



_____ bei deren Herstellung viele _____ (z.B. Rohstoffe, Energie etc.) benötigt werden.

Vermarktungsstrategien

9. Beschrifte die Vermarktungswege in der Abbildung.

Verwende die folgenden Begriffe:

regionaler Lieferdienst / Abokiste

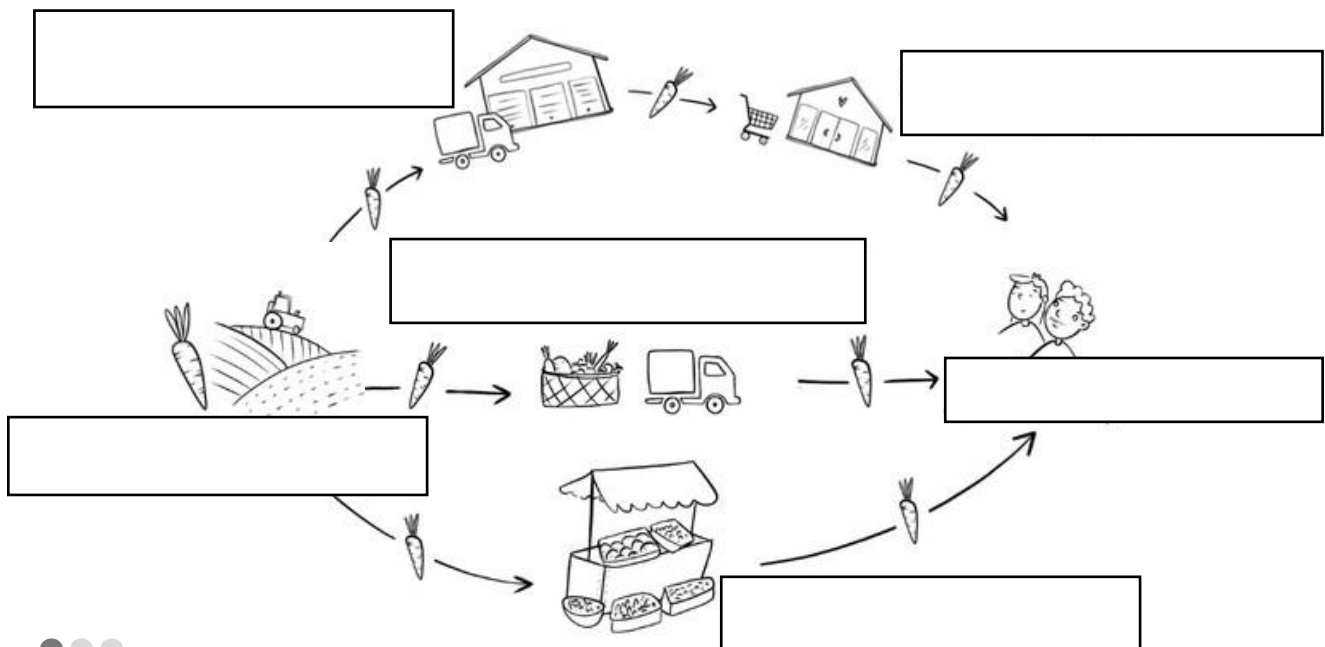
Lebensmitteleinzelhandel

Direktverkauf

Landwirtschaft

Großhandel

Kundschaft



10. Begründe, warum die Vermarktung über den Lebensmittel-Großhandel weniger Marge (Gewinnspanne) erzielt.

Tipp: Schau ins Glossar S. 2 zur Unterstützung.



Regionalität und Nachfrage

11. Kreuze eine Lösung an.

Was sind typische Merkmale von regionalen Produkten laut Daniel Riesener?

- a) lange Transportwege, indirekter Kundenkontakt
- b) kurze Transportwege, direkter Kundenkontakt
- c) wenig Rückmeldungen über Produkte
- d) keine Verbesserungen durch gesteigerte Nachfrage



12. Notiere, durch welchen Umstand mehr regionale Ware produziert werden würde.



13. Unterstreiche nur die Wörter, die Vorteile für einen Lieferdienst bei der Zusammenarbeit mit regionalen Produzenten haben können.



- Transparenz und Vertrauen
- frische Produkte
- Risiko von Qualitätsschwankungen
- vielfältiges Angebot
- enge Beziehung
- Abhängigkeit
- begrenztes Angebot
- logistische Herausforderungen

Frische Produkte just-in-time

14. Erkläre, was Christof Schulz mit dem Begriff „just-in-time“ meint.



Ökologische oder konventionelle Landwirtschaft

15. jeweils einen Grund, warum sich die Produzent:innen im Video für eine ökologische Anbauweise entschieden haben.







Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

