

Superschmecker

Themenkreise

Geschmackssinn – Geruchssinn – Genetik – Verhalten

Fächer

Naturlehre (Biologie, Chemie) – Hauswirtschaft – Deutsch – Lebenskunde

Lernziele

- Die Schülerinnen und Schüler lernen den Geschmackssinn im Detail kennen und wissen, wie er mit den anderen Sinnen verbunden ist.
- Sie erfahren, wie weit Geschmacksempfindungen angeboren sind bzw. wie sie durch externe Einflüsse und unser Verhalten beeinflussbar sind.
- Sie lernen, wichtige Informationen aus vielen kleinen Textteilen herauszuschälen und in einen eigenen Sachtext umzuarbeiten (Unterrichtsidee «Sachtext»).

Unterrichtsideen

Geschmacksver(w)irrung (Seiten 2+3). Die Schülerinnen und Schüler die ursprünglichen Kombinationen herausfinden lassen (siehe Seite 14+15). Gespräch: Wie wirken die vorliegenden Kombinationen auf die Einzelnen, warum allenfalls abstossend? Welches sind meine Geschmacksvorlieben, was mag ich gar nicht, warum wohl? – Eventuell eigene Geschmacksverwirrungen erfinden; wer findet die verrückteste?

Der Test. Die Schülerinnen und Schüler lösen die zehn Testfragen zum Superschmecker entsprechend den Vorgaben auf Seite 4 im Magazin und werten sie nach den Vorgaben auf der im Magazin aus.

Richtige Lösungen. Die Schülerinnen und Schüler lösen den Test ein zweites Mal. Nun kontrollieren sie bei jeder Frage, welche Antwort zum Superschmecker führt, also vollständig richtig ist (Lösungswort «HONIGKUCHEN»). Die entsprechenden Antworten werden markiert. In einem dritten Durchgang streichen die Schülerinnen und Schüler alle Antworten, die zum Lösungswort «BITTERWURZ», das heisst zum Nichtschmecker führen. Alle Antworten, die nun übrig bleiben, führen auf das Lösungswort «SALZHERING». Es handelt sich dabei um Antworten, die weder ganz richtig noch völlig falsch sind. Oft sind es Ansichten, die etwas veraltet sind.

Sachtext. Die Schülerinnen und Schüler schreiben einen Sachtext mit den Lerninhalten der Doppelseite 4+5 im Magazin. In einem ersten Schritt tragen sie in Zusammenarbeit mit der Lehrperson die Lerninhalte zusammen und erstellen eine Stichwortliste. Mit dieser Stichwortliste machen sie eine Disposition des zu schreibenden Textes, in der alle Stichworte vertreten sind. Zum Schluss schreiben sie den verlangten Sachtext.

Eine mögliche Lösungsvariante des Sachtextes liegt vor (☛ Lösungsblatt).

Lernkontrolle. Die Schülerinnen und Schüler festigen die Lerninhalte der Doppelseite 4+5 im Magazin. Sie ergänzen die Lücken im vorliegenden Text (☛ Arbeitsblatt). Dazu arbeiten sie mit den Seiten 4+5 von Pick up 12. Der vollständige Text liegt vor (☛ Lösungsblatt).

Literaturhinweise und Links:

www.physik.uni-bremen.de/physics.education/schwedes/text/febsinne.htm

Ideen für Experimente, um mit dem Geschmackssinn und Geruchssinn arbeiten.

www.sinnesphysiologie.de

Vertiefende Informationen zur Physiologie der Sinne: Internetseite der Uni Heidelberg.

Expedition ins Reich der Zunge

Ergänze den nachfolgenden Text. Nimm dazu Pick up 12 Seite 4 und 5 zu Hilfe.

Über Geschmack lässt sich nicht streiten, besagt ein altes Sprichwort. Die neuste Forschung kommt zum gleichen Schluss. In unseren steht, was wir schmecken und wie gut wir etwas schmecken können. haben rund 200 Geschmacksknospen pro Quadratzentimeter Zunge. Personen mit einer besonders feinen Zunge, die Superschmecker, können gut und gerne so viele Geschmacksknospen haben. Die Nichtschmecker hingegen müssen sich mit rund 100 Geschmacksknospen pro Quadratzentimeter begnügen. Nicht nur die Zahl der Geschmacksknospen ist genetisch festgelegt, sondern auch die Fähigkeit, gewisse Geschmacksrichtungen überhaupt wahrzunehmen. Gewisse können deshalb bei manchen Menschen fast Erbrechen auslösen, während sie für andere wie Wasser geniessbar sind.

Unser Geschmacksempfinden ist aber nicht nur genetisch gegeben, Erziehung und kulturelle Einflüsse sind mindestens so wichtig. Ein Kleinkind muss unbekannte Lebensmittel probieren, bis sie ihm schmecken. Wenn sie ihm dann endlich schmecken, bleibt es dabei. Trotzdem: Unser Geschmacksempfinden dauernd. Es ist verschiedenen äusseren Einflüssen unterworfen. Je zum Beispiel Esswaren sind, desto weniger kann unsere Zunge die Geschmacksnote süss erkennen, die Empfindung für sauer jedoch bleibt. Kalte Erdbeeren schmecken eher sauer, warme eher süss. Auch unser Verhalten hat einen Einfluss auf das Schmecken. Raucherinnen und Raucher haben ein deutlich Geschmacksempfinden als Nichtraucherinnen und Nichtraucher. Rauchen erhöht also nicht den Genuss, Rauchen vermindert ihn. Auch unser Alter bestimmt das Schmecken. Menschen haben empfindlichere Geschmacks-sinne als

Der Mensch kann mit der Zunge mindestens Geschmacksqualitäten unterscheiden. Alt bekannt sind die Qualitäten süss, sauer, bitter und salzig. Neu hinzugekommen sind und Umami ist eine Geschmacksnote, die von Natur aus in Nahrung wie Milch, Käse, Fleisch und Sojabohnen vorkommt. Glutamat ist der wesentliche Geschmacksträger von umami. Fälschlicherweise glaubte man früher, dass die vier alten Geschmacksqualitäten präzise einer Region auf der Zunge zugeordnet werden können: Süss an der Zungenspitze, salzig und sauer links und rechts am Zungenrand, bitter am Zungengrund. Unterdessen hat sich gezeigt, dass wir Menschen zwar wirklich nur an den Geschmacksknospen haben, diese aber nicht besonders spezialisiert sind. können wir zum Beispiel auch ganz hinten am Zungengrund schmecken, wenn auch etwas schlechter, als an der Zungenspitze.

Dass wir Menschen überhaupt verschiedene Geschmacksqualitäten unterscheiden können, ist lebenswichtig. bedeutet zum Beispiel: «Vorsicht, die Pflanze könnte mich krank machen.» Manche Pflanzen bilden als Schutz vor dem Gessenwerden giftige Stoffe, die oft sind. Ähnlich wichtig sind süss und fett. Für unsere Urahnen war es noch die wichtigste Lebensaufgabe, genügend Nahrung zu beschaffen. Der Geschmack von süss und fett leitete sie folglich zu solch lebenswichtiger Nahrung. Deshalb weckt süsses und fettes Essen heute noch in unserem Hirn. Für uns heute ist dies gefährlich. Wir müssen dagegen ankämpfen, nicht zu viel Fett und Süsses zu essen.

Geschmack hat auch etwas mit Riechen zu tun. Nicht ganz zufällig benutzen wir im Schweizerdeutsch für und das gleiche Wort. Für ein vollkommenes Geschmacksempfinden ist das Riechen der Speisen von grosser Bedeutung, denn mit der Nase können wir über hundert Geruchsqualitäten wahrnehmen. Diese verbinden sich im Gehirn mit dem Geschmackssinn zu einem Ganzen. Wir kennen dieses Phänomen. Sobald wir eine starke Erkältung haben und die Nase ist, schmecken uns die Speisen sehr fade.

Expedition ins Reich der Zunge

Über Geschmack lässt sich nicht streiten, besagt ein altes Sprichwort. Die neuste Forschung kommt zum gleichen Schluss. In unseren **GENEN** steht, was wir schmecken und wie gut wir etwas schmecken können. **NORMALSCHMECKER** haben rund 200 Geschmacksknospen pro Quadratzentimeter Zunge. Personen mit einer besonders feinen Zunge, die Superschmecker, können gut und gerne **DOPPELT** so viele Geschmacksknospen haben. Die Nichtschmecker hingegen müssen sich mit rund 100 Geschmacksknospen pro Quadratzentimeter begnügen. Nicht nur die Zahl der Geschmacksknospen ist genetisch festgelegt, sondern auch die Fähigkeit gewisse Geschmacksrichtungen überhaupt wahrzunehmen. Gewisse **BITTERSTOFFE** können deshalb bei manchen Menschen fast Erbrechen auslösen, während sie für andere wie Wasser geniessbar sind.

Unser Geschmacksempfinden ist aber nicht nur genetisch gegeben, Erziehung und kulturelle Einflüsse sind mindestens so wichtig. Ein Kleinkind muss unbekannte Lebensmittel **MEHRMALS** probieren, bis sie ihm schmecken. Wenn sie ihm dann endlich schmecken, bleibt es dabei. Trotzdem: Unser Geschmacksempfinden **ÄNDERT SICH** dauernd. Es ist verschiedenen äusseren Einflüssen unterworfen. Je **KÄLTER** zum Beispiel Esswaren sind, desto weniger kann unsere Zunge die Geschmacksnote süss erkennen, die Empfindung für sauer jedoch bleibt. Kalte Erdbeeren schmecken eher sauer, warme eher süss. Auch unser Verhalten hat einen Einfluss auf das Schmecken. Raucherinnen und Raucher haben ein deutlich **SCHLECHTERES** Geschmacksempfinden als Nichtraucherinnen und Nichtraucher. Rauchen erhöht also nicht den Genuss, Rauchen vermindert ihn. Auch unser Alter bestimmt das Schmecken. **JUNGE** Menschen haben empfindlichere Geschmackssinne als **ALTE**.

Der Mensch kann mit der Zunge mindestens **SECHS** Geschmacksqualitäten unterscheiden. Alt bekannt sind die Qualitäten süss, sauer, bitter und salzig. Neu hinzugekommen sind **UMAMI** und **FETT**. Umami ist eine Geschmacksnote, die von Natur aus in **EIWEISSREICHER** Nahrung wie Milch, Käse, Fleisch und Sojabohnen vorkommt. Glutamat ist der wesentliche Geschmacksträger von umami. Fälschlicherweise glaubte man früher, dass die vier alten Geschmacksqualitäten präzise einer Region auf der Zunge zugeordnet werden können: Süss an der Zungenspitze, salzig und sauer links und rechts am Zungenrand, bitter am Zungengrund. Unterdessen hat sich gezeigt, dass wir Menschen zwar wirklich nur an den **RÄNDERN** Geschmacksknospen haben, diese aber nicht besonders spezialisiert sind. **SÜSSIGKEITEN** können wir zum Beispiel auch ganz hinten am Zungengrund schmecken, wenn auch etwas schlechter, als an der Zungenspitze.

Dass wir Menschen überhaupt verschiedene Geschmacksqualitäten unterscheiden können, ist lebenswichtig. **BITTER** bedeutet zum Beispiel: «Vorsicht, die Pflanze könnte mich krank machen.» Manche Pflanzen bilden als Schutz vor dem Gefressenwerden giftige Stoffe, die oft **BITTER** sind. Ähnlich wichtig sind süss und fett. Für unsere Urahnen war es noch die wichtigste Lebensaufgabe, genügend **KALORIENREICHE** Nahrung zu beschaffen. Der Geschmack von süss und fett leitete sie folglich zu solch lebenswichtiger Nahrung. Deshalb weckt süsses und fettes Essen heute noch **LUSTEMPFINDEN** in unserem Hirn. Für uns heute ist dies gefährlich. Wir müssen dagegen ankämpfen, nicht zu viel Fettes und Süsses zu essen.

Geschmack hat auch etwas mit Riechen zu tun. Nicht ganz zufällig benutzen wir im Schweizerdeutsch für **RIECHEN** und **SCHMECKEN** das gleiche Wort. Für ein vollkommenes Geschmacksempfinden ist das Riechen der Speisen von grosser Bedeutung, denn mit der Nase können wir über hundert Geruchsqualitäten wahrnehmen. Diese verbinden sich im Gehirn mit dem Geschmackssinn zu einem Ganzen. Wir kennen dieses Phänomen. Sobald wir eine starke Erkältung haben und die Nase **VERSTOPFT** ist, schmecken uns die Speisen sehr fade.

Musik, Mode und Menü

Themenkreise

Modetrends – Konsumverhalten – Musikstil – Kleidermode

Fächer

Lebenskunde – Deutsch – Hauswirtschaft – Musik

Lernziele

- Die Schülerinnen und Schüler werden sich ihres eigenen Geschmacks bewusst und überlegen, wie der Geschmack ihr Konsumverhalten beeinflusst.
- Sie werden sich bewusst, dass sich der Geschmack im Laufe der Zeit ändert.
- Sie setzen sich mit Mode und Modetrends auseinander.

Unterrichtsideen

Selbstporträt. Die Schülerinnen und Schüler lesen die Antworten bei den Schülerporträts im Pick up Magazin und beantworten die fünf Fragen für sich selbst: Das würde ich zu meinem Foto schreiben. In einem zweiten Durchgang überlegen sie, wie ihre Antworten vor drei Jahren gelautet hätten: Das hätte ich vor drei Jahren neben mein Foto geschrieben.

Geschmacksfragen. Auf den Seiten 6 und 7 des Pick up Magazins verteilt stehen acht der folgenden zehn Behauptungen zum Thema «Dein Geschmack ...». Jede Behauptung endet mit einem Fragezeichen: Stimmt die Behauptung oder stimmt sie nicht? Die Schülerinnen und Schüler diskutieren die Behauptungen in der Klasse:

- Dein Geschmack zeigt, wer du bist?
- Dein Geschmack verändert sich laufend?
- Dein Geschmack entsteht in dir allein?
- Dein Geschmack ist von deiner Familie beeinflusst?
- Dein Geschmack wird von deinen Freunden und Kollegen bestimmt?
- Dein Geschmack ist vom Lebensort abhängig?
- Dein Geschmack wird von der Werbung manipuliert?
- Dein Geschmack ist eine Frage des Geldes?

Generationensprung. Die Schülerinnen und Schüler fragen ihre Eltern und Grosseltern nach deren Geschmack bezüglich Musik, Mode und Menü im Jugendalter. Eventuell können sie Fotos und Musikstücke aus jener Zeit in die Klasse bringen.

Modetrends. Zum Schluss diskutiert die Klasse über Modetrends. Zum Beispiel zum Thema: «Mode und Moden – warum ändert sich der Geschmack der/des Einzelnen und der Gesellschaft laufend?»

Literaturhinweise und Links:

Mode, Marken, Märkte – ein Arbeitsbuch, Bühler M. und Fuchs E., 2002, hep-verlag, Bern. Fr. 36.–

Das Buch enthält eine Fülle von Informationen, Beispielen und Anregungen, zum Beispiel: Woher kommen unsere Kleider und warum sind sie oft so billig? Wie wichtig ist das Outfit für die Karriere? Wie entsteht Mode und wie baut eine Marke ein Lifestyle-Konzept auf?

Im Visier: Dein Geschmack

Themenkreise

Marketing – Marktforschung – Lebensmittelproduktion – Lebensmittelhandel – Konsum

Fächer

Lebenskunde – Sprache – Hauswirtschaft

Lernziele

- Die Schülerinnen und Schüler sehen, was die Lebensmittelproduzenten (Bauern, Pflanzenzüchter, Nahrungsmittelindustrie) unternehmen, um mit ihren Produkten den Geschmack der Kunden zu treffen.
- Sie verstehen, bei welchen Konsumentenbedürfnissen die Fabrikationsbetriebe und Marketingleute ansetzen, um ihre Produkte gut zu verkaufen.
- Sie werden sich der Unterschiede bewusst zwischen industriell hergestellten und natürlich gewachsenen Lebensmitteln.
- Sie sehen, wie der Lebensmittelmarkt strukturiert ist und funktioniert.

Unterrichtsideen

Lebensmittel-Markt. Die Schülerinnen und Schüler lesen die drei Kurztexte «Aufgepeppt», «Angereichert» und «Umgepolt» im Pick up Magazin.

1. Sie suchen die darin genannten Akteure auf dem Lebensmittelmarkt heraus: Chipsfabrikanten, junge Konsumentinnen und Konsumenten, Milchverarbeiter, Verpackungsfachleute, Werbeträger, Milchkonsumenten, Beerenpflanzer, Grosshandel, Erdbeerkaäufer. Beim genauen Lesen findet man noch weitere Akteure – Landwirte, Fabrikarbeiterinnen, Werbefachleute, Transporteure, Angestellte im Detailhandel. Gibt es noch weitere?

2. Sie bringen die Akteure in eine Ordnung und benennen die Gruppen, die auf dem Lebensmittelmarkt arbeiten und wirken: Bauern, Grosshandel = Ankäufer von Landwirtschaftsprodukten, Verarbeiter, Dienstleistungsbetriebe wie Marktforscher, Marketingleute und Werberinnen, Grossverteiler und Detailhandel, Konsumentinnen und Konsumenten.

Produzenten-Ziele. Die Schülerinnen und Schüler lesen einen der Texte über Chips oder Energy Milk sowie den Text über Erdbeeren («Es braucht beides, Zucker und Säure»). Dann arbeiten sie mit dem Arbeitsblatt 1 und finden heraus, wie die Lebensmittelproduzenten ihre Ziele auf dem Markt erreichen (☛ Arbeitsblatt 1).

Konsumenten-Wünsche. Die Schülerinnen und Schüler lesen einen der Texte über Chips oder Energy Milk sowie den Text über Erdbeeren («Es braucht beides, Zucker und Säure»). Dann arbeiten sie mit dem Arbeitsblatt 2: «Konsumentenwünsche». Sie können die Liste – von den eigenen Bedürfnissen und Wünschen her – ergänzen (☛ Arbeitsblatt 2).

Lebensmittel-Unterschiede. Die Schülerinnen und Schüler lesen einen der Texte über Chips oder Energy Milk sowie den Text über Erdbeeren («Es braucht beides, Zucker und Säure»). Dann befassen sie sich mit den Unterschieden zwischen industriell hergestellten Lebensmitteln (wie Chips, Energy Milk, Schokolade) und natürlich gewachsenen oder gewonnenen Lebensmitteln (wie Kartoffeln, Milch, Erdbeeren), indem sie die vorgegebene Liste ergänzen (☛ Arbeitsblatt 3 und Lösungsblatt 4).

Degustations-Übung. Die Schülerinnen und Schüler lesen den Bericht über die Erdbeerdegustation (Pick up Magazin, Seite 11). Dann bereiten sie mit Hilfe der Lehrerin / des Lehrers für eine andere Schulklasse eine Degustation mit geeigneten Lebensmitteln vor, zum Beispiel mit mehreren Apfelsorten, gleich lang gekochten Kartoffelsorten, Milcharten, Obstsäften, Käsearten, Würsten etc. Entsprechend dem Beispiel für die Erdbeerdegustation (siehe nächste Seite) ist ein Beurteilungsblatt vorzubereiten. Als Hilfe für die Auswertung erhalten die Schülerinnen und Schüler das Beispiel der im Pick up Magazin beschriebenen Erdbeerdegustation (☛ Auftragsblatt 5).

Rollenspiel «Kartoffelmarkt».

In einem Rollenspiel lernen die Schülerinnen und Schüler das Geschehen auf dem Markt mit Kartoffeln und die Ziele und Handlungsweisen der Akteure kennen: Bauern, Chips-Produzenten, Grossverteiler, jugendliche Konsumentinnen und Konsumenten sowie deren Eltern (☛ Kopiervorlagen 6 und 7).

Beispiel Beurteilungsblatt zu Degustations-Übung

Degustation Erdbeersorten (Bitte zutreffendes unterstreichen)					
Sorte Nr.	Präsentation in der Schale	Farbe	Festigkeit	Geschmacksintensität	Geschmackstyp
1	1 Abstossend 2 Wenig attraktiv 3 Mittelmässig 4 Attraktiv 5 Sehr attraktiv	1 Abstossend 2 Unpassend 3 Akzeptabel 4 Ansprechend 5 Sehr schön	1 Zu weich 2 Mässig fest 3 Mittel 4 Fest 5 Zu fest	1 Fad 2 Wenig intensiv 3 Mittel 4 Aromatisch 5 Sehr aromatisch	1 Sehr sauer 2 Säuerlich 3 Ausgewogen 4 Süsslich 5 Sehr süss
2	1 Abstossend 2 Wenig attraktiv 3 Mittelmässig 4 Attraktiv 5 Sehr attraktiv	1 Abstossend 2 Unpassend 3 Akzeptabel 4 Ansprechend 5 Sehr schön	1 Zu weich 2 Mässig fest 3 Mittel 4 Fest 5 Zu fest	1 Fad 2 Wenig intensiv 3 Mittel 4 Aromatisch 5 Sehr aromatisch	1 Sehr sauer 2 Säuerlich 3 Ausgewogen 4 Süsslich 5 Sehr süss
3 ↓	1 Abstossend 2 Wenig attraktiv 3 Mittelmässig 4 Attraktiv	1 Abstossend 2 Unpassend 3 Akzeptabel 4 Ansprechend	1 Zu weich 2 Mässig fest 3 Mittel	1 Fad 2 Wenig intensiv	1 Sehr sauer
bis x			usw.	usw.	usw.

Wie erreichen die Lebensmittel-Produzenten ihre Ziele auf dem Markt?

Zeichne unten mit verschieden farbigen Verbindungsstrichen zwischen und ein, wie die Nahrungsmittelindustrie und die Bauernfamilien ihre Ziele auf dem Lebensmittelmarkt erreichen können. Es gibt für alle Ziele mehrere Möglichkeiten.

Ziele der Nahrungsmittelindustrie	Und so erreicht sie die Ziele
Kartoffeln, Milch und andere Rohstoffe zu Lebensmitteln verarbeiten, die von den Kunden gerne gekauft werden	<input type="radio"/> Rohstoffe bei Landwirten kostengünstig einkaufen
Kostengünstig produzieren	<input type="radio"/> Qualitätsvorschriften für Rohstoffe festlegen
Produkte entwickeln, die sich während Jahren in grossen Mengen verkaufen lassen	<input type="radio"/> Rohstoff-Qualität bei der Anlieferung kontrollieren
Den Geschmack der Konsumenten treffen	<input type="radio"/> Eine rationelle Fabrikation einrichten
Die Kunden an die Produkte binden	<input type="radio"/> Dauernd lieferbereit sein
Einen Namen bekommen – eine Marke schaffen	<input type="radio"/> Ideen suchen und neue Produkte kreieren
Neue Kunden gewinnen	<input type="radio"/> Produkte und Produktpalette laufend anpassen
Die Bedürfnisse des Handels erfüllen	<input type="radio"/> Marktforschung betreiben
Gute Gewinne erzielen	<input type="radio"/> Mit Produkten den Lifestyle-Trends entsprechen
Den Konkurrenten voraus sein	<input type="radio"/> Realistische Preise verlangen
	<input type="radio"/> Produktwerbung machen
	<input type="radio"/> Eigene Kosten minimal halten
	<input type="radio"/> Qualität der eigenen Produkte sicherstellen
	<input type="radio"/> Junge Kundengruppen ansprechen
	<input type="radio"/> Verkauf fördern mit Geschenken, Wettbewerben etc

Ziele der Bauernfamilien	Und so erreicht sie die Ziele
Lebensmittel-Rohstoffe in gewünschter Qualität produzieren	<input type="radio"/> Die Produktion gut planen
Die Bedürfnisse der Abnehmer erfüllen	<input type="radio"/> Sich beraten lassen
Gemäss Vertrag liefern können	<input type="radio"/> Rationell produzieren
Abnehmer halten oder neue Abnehmer gewinnen	<input type="radio"/> Die eigenen Kosten minimal halten
Kostendeckend arbeiten	<input type="radio"/> Leistungsfähige Tiere halten, ertragreiche Pflanzen anbauen
Den eigenen Betrieb erhalten	<input type="radio"/> Qualität im Griff haben
	<input type="radio"/> Angebot und Nachfrage auf dem Markt beachten
	<input type="radio"/> Produkte und Produktesortiment laufend anpassen
	<input type="radio"/> Alle Produkte gut verkaufen können
	<input type="radio"/> Verkauf und Lieferung an den Handel vertraglich regeln

Konsumenten-Wünsche

Es gibt viele mögliche Wünsche von Konsumentinnen und Konsumenten beim Konsum von Lebensmitteln. Findest du weitere Wünsche heraus? Und weisst du, wie sich die Lebensmittelanbieter auch noch verhalten? – Dann ergänze die folgende Liste.

Unsere Wünsche beim Konsumieren.	So reagieren die Anbieter und die Produzenten von Lebensmitteln
Es soll uns schmecken	<ul style="list-style-type: none"> • Machen Angebote, die vielen passen • Fördern den Genusswert ihrer Produkte
Es soll preiswert sein	<ul style="list-style-type: none"> • Legen die Preise ganz bewusst fest
Es soll trendy sein und ansprechend	<ul style="list-style-type: none"> • Betreiben Marktforschung • Gestalten das Design (= Erscheinungsbild) des Produktes und der Verpackung
Es soll möglichst immer zu kaufen sein	<ul style="list-style-type: none"> • Produzieren in Gewächshäusern • Importieren Produkte • Konservieren und entwickeln neue Konservierungsmethoden
Es soll gesund und natürlich sein	<ul style="list-style-type: none"> • Fördern naturnahe Produktionsmethoden
Wir wollen den Hunger und unsere Essensgelüste stillen	<ul style="list-style-type: none"> • Fabrizieren süsse, fette, würzige Produkte
Wir wollen fit und schlank werden	<ul style="list-style-type: none"> • Entwickeln Functional food • Bieten fettarme Produkte an
Wir wollen mit wenig Küchenarbeit gut essen	<ul style="list-style-type: none"> • Entwickeln immer neue Fertigprodukte oder küchenfertig vorbereitete Produkte (= Convenience Food)
Wir wollen wissen, was es wo und wann zu kaufen gibt – zu welchem Preis und was die Vorteile der Produkte sind.	<ul style="list-style-type: none"> • Machen Werbung
	<ul style="list-style-type: none"> •
	<ul style="list-style-type: none"> •
	<ul style="list-style-type: none"> •
	<ul style="list-style-type: none"> •

Und übrigens: Welche Konsumentenwünsche findest du gut und sinnvoll ☺, welche nicht ☹? Welche Reaktionen der Lebensmittelanbieter findest du gut und sinnvoll ☺, welche nicht ☹? Warum?

Lebensmittel-Unterschiede

Es gibt Unterschiede zwischen industriell hergestellten Lebensmitteln (wie Chips, Energy Milk, Schokolade) und natürlich gewachsenen und gewonnenen Lebensmitteln (wie Kartoffeln, Milch, Erdbeeren). Fülle in der Liste die leeren Felder aus.

Industriell fabrizierte Lebensmittel	Natürlich gewachsene/gewonnene Lebensmittel
<ul style="list-style-type: none"> • Der Geschmack eines Produktes bleibt in der Regel immer gleich. 	<ul style="list-style-type: none"> • Der Geschmack eines Produktes ist jedesmal anders. Manchmal sind die Unterschiede gross, manchmal sind sie gering.
<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Qualität ist abhängig von der Witterung und der Produktionsart. • Qualitätsvorschriften der Verarbeiter, des Handels und des Staates setzen minimale Normen.
<ul style="list-style-type: none"> • Industriell hergestellte Lebensmittel sind zum Teil von zweifelhaftem Wert in der Ernährung, vor allem wenn sie im Übermass gegessen werden. 	<ul style="list-style-type: none"> •
<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • Der zeitliche und finanzielle Aufwand zur Entwicklung neuer Pflanzensorten und Züchtungen ist hoch.
<ul style="list-style-type: none"> • Die meisten Produkte sind rund ums Jahr erhältlich. 	<ul style="list-style-type: none"> •
<ul style="list-style-type: none"> • Die Risiken der Nahrungsmittelindustrie: 	<p>Die Risiken der Bauern:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schlechtes Wetter oder Krankheiten zerstören die Ernte oder schmälern den Ertrag. • Die Bauern können auf schnelle Nachfrage-Änderungen nicht reagieren, weil die landwirtschaftliche Produktion viel Zeit braucht. • Sie bieten kleine Mengen an und können von den Abnehmern ausgespielt oder übergangen werden.
<ul style="list-style-type: none"> • Der Werbeaufwand ist hoch – er beeinflusst den Gewinn wesentlich. 	<ul style="list-style-type: none"> •
<ul style="list-style-type: none"> • Für die Verkaufsstrategie ist der Lifestyle breiter Kundenkreise von zentraler Bedeutung. 	<ul style="list-style-type: none"> •
<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • Viele unverarbeitete Produkte sind nach dem Kauf eher kurze Zeit haltbar (Beispiele: Rohmilch, Kartoffeln, Äpfel).
<ul style="list-style-type: none"> • Die Gewinnerwartungen sind eher hoch. 	<ul style="list-style-type: none"> •
<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • Es gibt viele kleine Anbieter und daher eine grosse Konkurrenz.
<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> •

Lösungen (*kursiv*) zu Arbeitsblatt 3: Lebensmittel-Unterschiede

Folgende Unterschiede gibt es zwischen industriell hergestellten Lebensmitteln (wie Chips, Energy Milk, Schokolade) und natürlich gewachsenen und gewonnenen Lebensmitteln (wie Kartoffeln, Milch, Erdbeeren).

Industriell fabrizierte Lebensmittel	Natürlich gewachsene/gewonnene Lebensmittel
<ul style="list-style-type: none"> • Der Geschmack eines Produktes bleibt in der Regel immer gleich. 	<ul style="list-style-type: none"> • Der Geschmack eines Produktes ist jedesmal anders. Manchmal sind die Unterschiede gross, manchmal sind sie gering.
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Die Qualität lässt sich genau steuern.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Qualität ist abhängig von der Witterung und der Produktionsart. • Qualitätsvorschriften der Verarbeiter, des Handels und des Staates setzen minimale Normen.
<ul style="list-style-type: none"> • Industriell hergestellte Lebensmittel sind zum Teil von zweifelhaftem Wert in der Ernährung, vor allem wenn sie im Übermass gegessen werden. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Natürliche Lebensmittel werden weniger im Übermass gegessen. Viele sind zudem wertvoll für die menschliche Ernährung.</i>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Der Entwicklungsaufwand für neue Produkte bewegt sich in kontrollierten Grenzen.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Der zeitliche und finanzielle Aufwand zur Entwicklung neuer Pflanzensorten und Züchtungen ist hoch.
<ul style="list-style-type: none"> • Die meisten Produkte sind rund ums Jahr erhältlich. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Viele Produkte sind nur saisonal erhältlich.</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Die Risiken der Nahrungsmittelindustrie: 	<p>Die Risiken der Bauern:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schlechtes Wetter oder Krankheiten zerstören die Ernte oder schmälern den Ertrag. • Die Bauern können auf schnelle Nachfrage-Änderungen nicht reagieren, weil die landwirtschaftliche Produktion viel Zeit braucht. • Sie bieten kleine Mengen an und können von den Abnehmern ausgespielt oder übergangen werden.
<ul style="list-style-type: none"> • Der Werbeaufwand ist hoch – er beeinflusst den Gewinn wesentlich. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Für Lebensmittelrohstoffe wie Chipskartoffeln, Mostobst, Zuckerrüben usw. wird kaum Werbung gemacht, weil es dafür wenige Abnehmer gibt.</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Für die Verkaufsstrategie ist der Lifestyle breiter Kundenkreise von zentraler Bedeutung. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Für die Verkaufsstrategie ist der Lifestyle ausgewählter Kundenkreise (z.B. von Bio- und Labelproduktion) von zentraler Bedeutung.</i>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Viele verarbeitete Produkte sind nach dem Kauf eher lange Zeit haltbar (Milch, Tiefkühlprodukte, Apfelsaft).</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Viele unverarbeitete Produkte sind nach dem Kauf eher kurze Zeit haltbar (Beispiele: Rohmilch, Kartoffeln, Äpfel).
<ul style="list-style-type: none"> • Die Gewinnerwartungen sind eher hoch. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Die Gewinnerwartungen sind eher niedrig.</i>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Es gibt wenige, oft grosse Anbieter – die Konkurrenz ist eher berechenbar.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Es gibt viele kleine Anbieter und daher eine grosse Konkurrenz.
<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> •

Beispiel zur Auswertung einer Lebensmittel-Degustation

Wir werten unsere Degustation nach der Methode aus, wie sie an der Eidgenössischen Forschungsanstalt Wädenswil angewendet wird. So kannst du vorgehen:

- Zähle bei jedem Beurteilungskästchen die Werte von 1 bis 5 zusammen, welche die Degustierenden unterstrichen haben. Beispiel: Die Farbe der erst-rangierten Sorte EM 502 wurde 4 x als 5 beurteilt, 3 x als 4, 2 x als 3 und 1 x als 2 . Das ergibt eine Summe von 40.
- Dividiere die Summe durch die Anzahl der Degustierenden und setze den Wert ein.
Beispiel: Die Summe 40 bei 10 Degustierenden durch 10 dividieren, ergibt den Durchschnitt von 4.0. Vergleiche dazu die Originaltabelle unten.
- Bilde nun bei jeder degustierten Sorte die Durchschnittsnote für jedes der geprüften Kriterien wie Geschmackstyp, Farbe, usw.
- Zähle diese Kriterien-Durchschnittsnoten zusammen und teile sie durch die Zahl der geprüften Kriterien (im Beispiel unten sind es 5). So erhältst du die Durchschnittsnote pro Sorte und kannst am Ende eine Rangfolge der degustierten Produkte erstellen. Die höchste Durchschnittsnote erhält den Rang 1.

Rangfolge von Erdbeerzüchtungen bezüglich ihrer Fruchtqualität

Erdbeersortendegustation an der Eidg. Forschungsanstalt Wädenswil – Gesamtauswertung					
Rang Durchschnittsnote Sorte	Präsentation in der Schale Note Einstufung	Farbe	Festigkeit	Geschmacksintensität	Geschmackstyp
1 3.46 EM 502	Mittelmässig - Attraktiv 3.6	Ansprechend 4.0	Mittel - Fest 3.6	Mittel - Aromatisch 3.4	Säuerlich - Ausgewogen 2.7
2 3.44 Clery	Mittelmässig - Attraktiv 3.3	Ansprechend 3.8	Mittel 3.2	Aromatisch 4.1	Ausgewogen 2.8
3 3.3 LE C4-4	Mittelmässig - Attraktiv 3.6	Akzeptabel -Ansprechend 3.7	Mittel 3.2	Mittel 2.9	Ausgewogen 3.1
4 3.28 Saint Pierre	Mittelmässig 3.0	Akzeptabel 3.2	Fest 4.1	Aromatisch 3.7	Säuerlich - Ausgewogen 2.4
5 3.24 Hä 94-21-7	Mittelmässig - Attraktiv 3.4	Ansprechend 4.3	Mittel 2.7	Mittel 2.8	Ausgewogen 3.0
6 3.14 PexSy	Mittelmässig 3.1	Ansprechend 3.8	Mässig fest 2.2	Mittel 2.9	Süsslich 3.7
7 3.06 Hä 94-21-8	Mittelmässig 3.3	Ansprechend 4.0	Mässig fest - Mittel 2.6	Mittel 2.8	Säuerlich - Ausgewogen 2.6
8 3.0 Hau 114	Mittelmässig 3.1	Akzeptabel 2.8	Mittel 2.7	Mittel 3.3	Ausgewogen 3.1
9 3.0 Yamaska	Mittelmässig - Attraktiv 3.6	Akzeptabel- Ansprechend 3.5	Mässig fest 2.1	Mittel 3.3	Säuerlich - Ausgewogen 2.5
10 2.88 Sym 53	Mittelmässig 3.0	Akzeptabel- Ansprechend 3.5	Zu weich 2.1	Mittel 3.3	Säuerlich - Ausgewogen 2.5

Rollenspiel

Lernziel

Die Schülerinnen und Schüler lernen die Ziele und Handlungsweisen der Akteure auf dem Kartoffelmarkt kennen.

Thema

Fünf Interessengruppen (Kartoffelproduzenten, Chips-Produzenten, Grossverteiler, jugendliche Konsumenten, Eltern der Jugendlichen) versuchen auf dem Markt mit Kartoffeln (Produktion, Verarbeitung, Handel und Konsum) ihre persönlichen Ziele zu erreichen. Die Interessengruppen kaufen und verkaufen Kartoffeln und Kartoffelprodukte. Geldwährung ist der Picker – als Picker dienen zum Beispiel alte getrocknete Bohnen, Kieselsteine etc. Das Geld wird wie folgt verteilt:

An jeden Bauern:	0 Picker
An jeden Mitarbeiter der Chips-Fabrik:	20 Picker
An jeden Mitarbeiter des Grossverteilers:	100 Picker
An jeden Jugendlichen:	0 Picker
An jeden Elternteil:	200 Picker

Ablauf

1. Die Schülerinnen und Schüler lesen den Artikel über Pommes Chips im Pick up Magazin, Seite 8.
2. Die Lehrperson beschreibt die Ausgangssituation und teilt den Schülerinnen und Schülern die Rollen zu. Dann weist sie ihnen die Arbeitsplätze zu: Die Eltern, die Jugendlichen und der Grossverteiler richten sich im Klassenzimmer ein, jede Gruppe in einer Ecke. Die Bauern arbeiten am Boden im Schulhausflur. Die Chips-Fabrik befindet sich in einem separaten Raum.
3. Die Schülerinnen und Schüler erhalten ihre Rollenkarten und lesen sie. Dann beginnen sie, ihren Auftrag zu erfüllen.
4. Das Rollenspiel dauert etwa 45 Minuten.

Nachher werden die Erfahrungen in einem Kreisgespräch im Klassenverband ausgetauscht:

- **Befindlichkeit:** Die Schülerinnen und Schüler schildern kurz, wie sie sich als Bauern, Jugendliche etc. gefühlt haben: unwohl, unter Druck, entspannt usw.
- **Zielerfüllung:** Jede Gruppe beschreibt kurz ihre Ziele und ob sie diese erreicht hat. Dann auch weshalb und weshalb nicht.
- **Kommunikation:** Welche Kartoffeln wollten die Eltern (Kartoffelgeschmack, Nährwert, Preis)? Wussten die Bauern davon? Ab wann? Welche Kartoffeln wollten die Jugendlichen? Wussten die Bauern davon?

Der Spielleiter...

... wird den Eltern – je nach Spielverlauf – zusätzliche Picker geben.

... kann die Dauer des Rollenspiels verlängern oder verkürzen.

... kann bei den Bauern die Ernte einer Kartoffelsorte vernichten (Unwetter).

... kann weitere mögliche Einflüsse simulieren.

Rollenkarten

Jede Schülerin und jeder Schüler erhält eine Rollenkarte (☛ Kopiervorlage 7).

Die Landwirtschaftsbetriebe: 2 bis 3 Bauern

Ziel: Jeder von euch will Geld verdienen
– mindestens 50 Picker.

Auftrag:**1. Produziert gemeinsam oder allein drei Kartoffelsorten:**

Zeichnet und schneidet dazu Kartoffeln aus.

Sorte R, Raclette-Kartoffeln: oval, genau 2x3 cm
(aus rotem Papier);

Sorte M, mehligkochende Kartoffeln: oval, genau 2x4 cm
(aus weissem Papier);

Sorte C, Kartoffeln für Chips: oval, genau 3x4 cm
(aus gelbem Papier), mit Karomuster (1x1 cm).

2. Verkauft die Kartoffeln an die Grossverteiler oder Chipsproduzenten; sie kommen regelmässig zu euch auf Einkaufstour. Für die Kartoffelsorte M habt ihr einen Verkaufsvertrag mit dem Grossverteiler.

Richtpreis: 10 Kartoffeln = im Minimum 1 Picker

Der Grossverteiler: 1 bis 2 Mitarbeitende

Ziel: Jeder von euch will Geld verdienen
– mindestens 500 Picker mehr einnehmen als ausgeben.

Auftrag:

Verkauft Chips und Kartoffeln. Schreibt dazu die Produkte an und legt gut sichtbar einen Preis fest. Bedenkt dabei, dass ihr mit dem Chips-Verkauf mehr Gewinn machen könnt. Wenn ihr eine neue Marke einführen wollt, dann sind die Werbekosten zu bezahlen. **Übrigens:** Ihr habt einen Vertrag mit den Bauern für die Kartoffelsorte M. Kauft aber nur Kartoffeln, die weiss und oval sind und genau 2x4 cm messen. Kontrollieren!

Richtpreise:

Einkauf beim Chipsproduzenten: 1 Sack Chips = etwa 6 Picker
Neue Chipssorte im Sortiment (Werbekosten) = 100 Picker – an Spielleiter abgeben.

Chips-Verkauf an Kundinnen: 1 Sack Chips = je nach Sorte etwa 12 bis 20 Picker

Kartoffel-Verkauf an Kunden: 10 Kartoffeln = etwa 5 Picker

Die Chips-Fabrik: 3 bis 6 Mitarbeitende

Ziel: Jeder von euch will Geld verdienen
– mindestens 200 Picker mehr einnehmen als ausgeben.

Auftrag:

Kauft Kartoffeln bei den Bauern, produziert Chips und versucht, dabei den Kundengeschmack zu treffen.

Die Produktion verläuft wie folgt: Für die Chipsproduktion eignet sich nur die Kartoffelsorte C. Sie muss gelb, oval und exakt 3 x 4 cm sein sowie ein Karomuster aufweisen. Kontrolliert und weist ungenügende Qualität zurück. Schneidet die Kartoffeln entlang des Karomusters in dünne Streifen und klebt sie auf ein A4-Blatt. Pro Paket (A4-Blatt) benötigt ihr 10 Kartoffeln. Bezeichnet die scharfen Chips mit grünen Kreuzchen, Paprika-Chips mit roten Punkten, die Nature-Chips ohne Zusatz und mögliche neue Chips nach eigener Fantasie.

Richtpreise:

Einkauf beim Bauern: 10 Kartoffeln = maximal 1 Picker.

Verkauf an den Grosshandel:

10 Kartoffeln = 1 Sack Chips = im Minimum 6 Picker

Falls ihr neue Chips-Sorten produziert, ist dies mit Aufwand verbunden: Einerseits Forschungskosten (sind nicht zu umgehen) und andererseits Kosten für eine Marktumfrage (müsst ihr nicht machen; ihr könnt auch auf Risiko gehen).

Richtpreise:

Forschungskosten für neue Chips = 10 Picker

– in jedem Fall an den Spielleiter zu zahlen.

Marktumfrage für neue Chips = 30 Picker

– der Spielleiter gibt auf Auskunft über die Kundenbedürfnisse.

**Jugendliche Konsumenten:
3 bis 6 Jugendliche**

Ziel: Wenn ihr zu Geld kommt, dann kauft ihr eure Lieblings-Chips ein. Ab und zu kauft ihr auch Kartoffeln ein, weil das die Eltern von euch verlangen, aber sicher nicht zu viel (auf 3 Säcke scharfe Chips oder 2 Säcke Paprika-Chips oder 1 Sack Nature Chips höchstens 10 Kartoffeln).

Auftrag:

Versucht bei euren Eltern zu Geld zu kommen, so dass ihr Chips einkaufen könnt. Ihr habt kein Interesse an rohen Kartoffeln. Am liebsten esst ihr scharfe Chips (erkennbar an den grünen Kreuzchen), etwas weniger gern habt ihr die mässig scharfen Paprika-Chips (mit roten Punkten), am wenigsten liebt ihr die faden Nature-Chips (ohne Bezeichnung). Sollten aber Chips auf den Markt kommen, die irgendwie anders schmecken (das heisst hier: anders aussehen), dann kauft ihr sie eher nicht oder nur ganz selten.

Eltern der Jugendlichen: 2 bis 4 Elternteile

Ziel: Die Kinder sollen möglichst frische Kartoffeln der Sorte R essen und wenig Chips (auf 1 Sack Chips mindestens 30 frische Kartoffeln). Das Geld muss für möglichst viel Esswaren reichen. Es kann sein, dass ihr irgendwann wieder Lohn erhaltet und so zu Geld kommt.

Auftrag: Lasst die Jugendlichen regelmässig alle 5 bis 10 Minuten beim Grossverteiler Kartoffeln und Chips einkaufen. Klärt eure Kinder auf, dass es ungesund ist, nur Fast Food zu essen (zu viel Fett, zu viel Salz, zu wenig Vitamine). Erklärt ihnen auch, dass Chips zu teuer sind, im Vergleich zu frischen Kartoffeln. Ihr habt beim Kartoffelkauf folgendes Bedürfnis: Ihr esst am liebsten Raclette-Kartoffeln (Sorte R: klein, markanter Geschmack); die mehligkochende Sorte M für Kartoffelstock schmeckt euch weniger. Achtet darauf, dass eure Kinder **nur Kartoffeln von guter Qualität einkaufen:** Die Sorte R muss rot und oval sein und genau 2x3 cm messen; die Sorte M muss weiss und oval sein und genau 2x4 cm messen.

Geschmacksreisen

Themenreise

Ess- und Geschmackskulturen – Schweizer Landwirtschaftsprodukte – Dokumentieren

Fächer

Deutsch – Lebenskunde – Hauswirtschaft – Geografie

Lernziele

1. Die Schülerinnen und Schüler werden angeregt, Geschmäcke aufmerksamer und bewusster wahrzunehmen.
2. Sie lernen einige kulinarische Spezialitäten der Welt und der Schweiz kennen und sie dokumentieren und beschreiben (eventuell mit selber entwickeltem Wortschatz, analog zu Weinbeschreibungen).
3. Sie setzen sich auseinander mit dem Abenteuer «Geschmackreisen» (auf eigenen Ferienreisen, beim Restaurantbesuch, im Kontakt mit Klassenkamerad/innen oder bei der Suche nach wenig bekannten regionalen Produkten und Spezialitäten an ihrem Wohnort) und lernen dabei andere Geschmäcke kennen.
4. Sie erkennen an einigen Beispielen den Zusammenhang zwischen Geschmacksgewohnheiten und soziokulturellen, religiösen oder geographischen Gegebenheiten.

Unterrichtsideen

Geschmacks-Tagebuch, Geschmacks-Kartei oder -Postkarten: Verfassen eines persönlichen Geschmacksreise-Tagebuchs oder von Kartei- oder Postkarten nach den Vorschlägen des Magazins.

Geschmacksworträtsel (☛ Arbeitsblatt): Mit dem Geschmacksworträtsel können die Schülerinnen und Schüler die Inhalte der Lesetexte im Magazin Seite 12 und 13 festigen und ihr Textverständnis auf eine spielerische Art testen.

1. Die Schülerinnen und Schüler lesen die Texte der Doppelseite 12 und 13 im Magazin.
2. Sie versorgen die Texte der Doppelseite 12 und 13, erhalten das Arbeitsblatt (☛ Kopiervorlage) und lösen das Geschmacksworträtsel. Wer schafft es, alle Felder mit richtigen Antworten zu füllen?
3. In einer zweiten Runde ergänzen die Schülerinnen und Schüler das Geschmacksworträtsel. Dabei dürfen sie die Texte der Doppelseite 12 und 13 im Magazin verwenden.
4. Korrigiert wird im Klassenverband mit dem Lösungsblatt (☛ Kopiervorlage).

Geschmackskarte: Eine Klassenkarte der Geschmäcke von verschiedenen Ländern oder Regionen erstellen. Die Karte kann der Herkunft der Schüler entsprechen oder ihre Ferienerlebnisse aufzeigen. Wo wird scharf gegessen? Weshalb? Wo wird kein Schweinefleisch gegessen? Hat es mit Geschmack zu tun, mit Religion oder mit Hygiene? In Norddeutschland und Holland werden salzige Fische gegessen, weshalb?

Literaturhinweise und Links:

www.aoc-igp.ch

Zusammenstellung der Schweizer Landwirtschaftsprodukte, welche das Label AOC tragen dürfen.

www.das-leer.ch

Informationsseite von Greenpeace über den Zustand der Meere.

www.slowfood.ch

Hinweise zu Partys und Anlässen, an denen genussvolles Essen von Naturprodukten im Vordergrund steht.

www.ribelmais.ch

Die Internetseite des Vereins Rheintaler Ribelmais

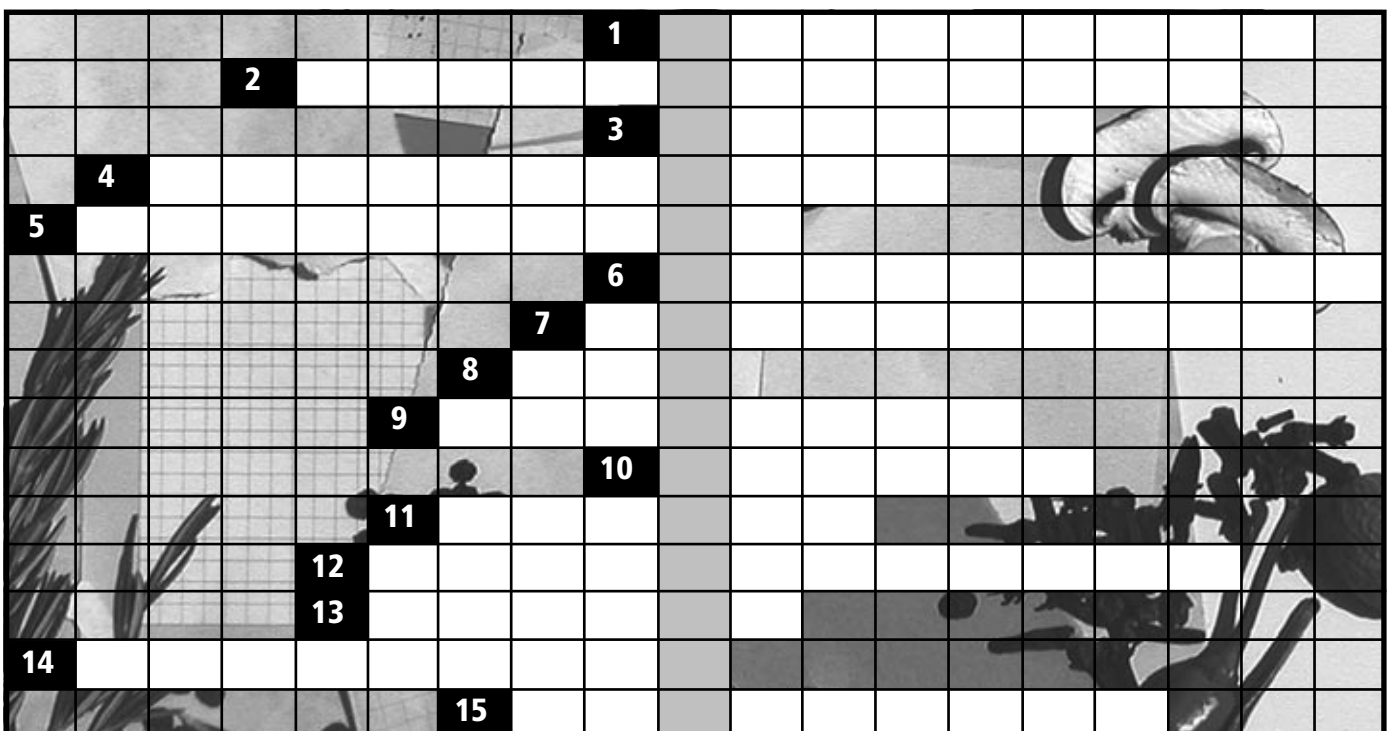
www.schweizerkueche.ch

Liste aller Schweizer Restaurants, die ausschliesslich mit einheimischen, saisonalen und frischen Landwirtschaftsprodukten kochen.

Geschmacks-Worträtsel

Fülle das folgende Worträtsel aus. Nutze dazu die Texte «Geschmacksreise-Tagebuch» in Pick up 12 (Magazin Doppelseite 12 und 13). Wenn du im Worträtsel die grauen Felder von oben nach unten liest, wirst du ein Lösungswort erhalten.

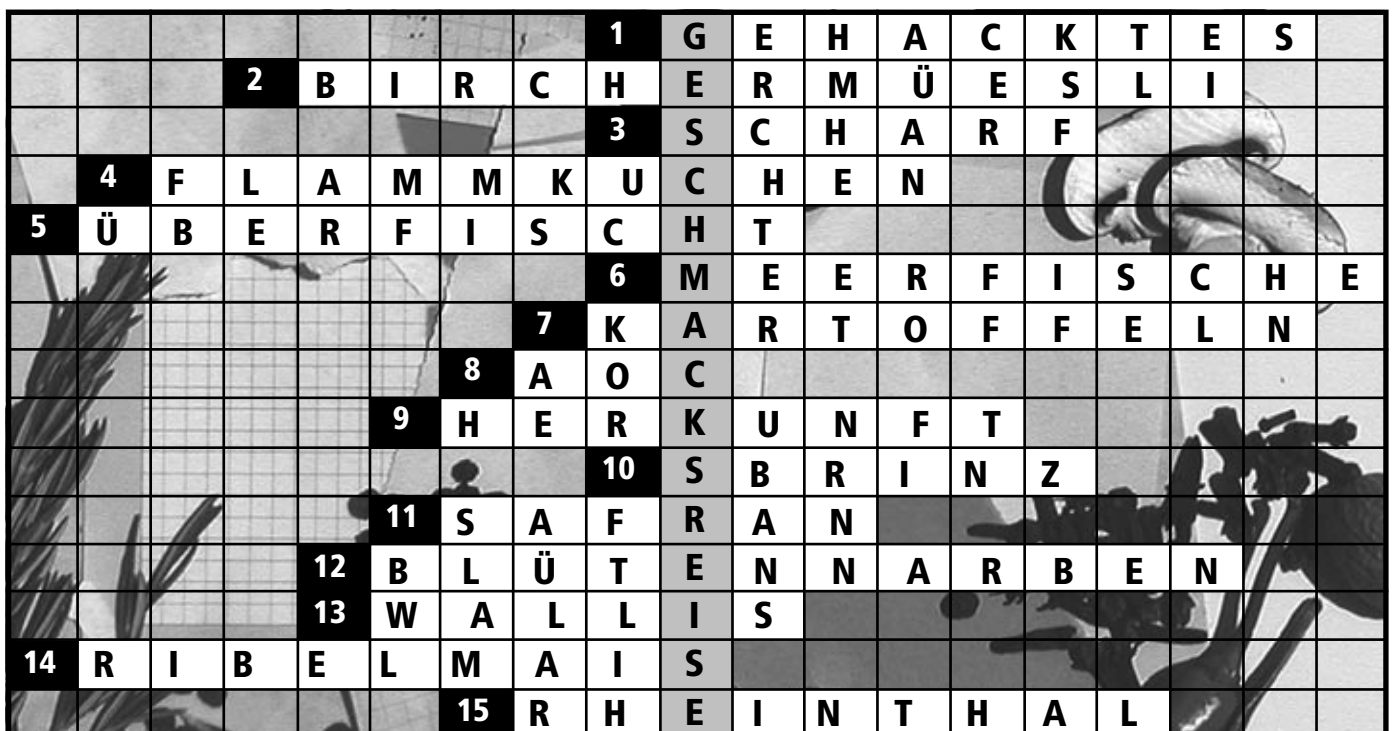
- 1 Mit gutem Schweizer Fleisch noch besser: Hörnli und ...
- 2 Haferflocken, frische Früchte, Joghurt und etwas Rahm ergeben ein ...
- 3 In Vietnam, Äthiopien und Mexiko sind die Gerichte ...
- 4 Er ist einer Pizza ähnlich und doch anders: der ... aus dem Elsass.
- 5 Die Weltmeere sind heute leider ...; viele Meerestiere sind in Gefahr auszusterben.
- 6 Daher sollten wir möglichst wenig ... essen. Das gilt auch für Thon aus der Büchse oder Lachs.
- 7 Die italienische Spezialität Gnocchi wird aus ... hergestellt.
- 8 Das Label «Appellation d'Origine Contrôlée» für spezielle Landwirtschaftsprodukte wird abgekürzt mit ...
- 9 Das oben beschriebene Label schützt die Machart und ... typischer Schweizer Produkte.
- 10 Der ... ist ein typischer Schweizer Käse
- 11 Das vielleicht teuerste Gewürz der Welt ist ...
- 12 Dieses Gewürz wird aus ... von Krokus (*Crocus sativus*) gewonnen.
- 13 Die Pflanze *Crocus sativus* wächst nicht nur im Iran und in Marokko sondern auch im ...
- 14 Seit rund 400 Jahren wird eine Maissorte in der Schweiz angebaut, die es nur hier gibt: der ...
- 15 Das St. Galler ... ist berühmt für diese Maissorte.



Geschmacks-Worträtsel

Lösungen zum Worträtsel der Texte «Geschmacks-Reise-Tagebuch» in Pick up 12 (Magazin Doppelseite 12 und 13).

- 1 Mit gutem Schweizer Fleisch noch besser: Hörnli und Gehacktes.
- 2 Haferflocken, frische Früchte, Joghurt und etwas Rahm ergeben ein Birchermüesli.
- 3 In Vietnam, Äthiopien und Mexiko sind die Gerichte scharf.
- 4 Er ist einer Pizza ähnlich und doch anders: der Flammekuchen aus dem Elsass.
- 5 Die Weltmeere sind heute leider überfischt; viele Meerestiere sind in Gefahr auszusterben.
- 6 Daher sollten wir möglichst wenig Meerfische essen. Das gilt auch für Thon aus der Büchse oder Lachs.
- 7 Die italienische Spezialität Gnocchi wird aus Kartoffeln hergestellt.
- 8 Das Label «Appellation d'Origine Contrôlée» für spezielle Landwirtschaftsprodukte wird abgekürzt mit AOC.
- 9 Das oben beschriebene Label schützt die Machart und Herkunft typischer Schweizer Produkte.
- 10 Der Sbrinz ist ein typischer Schweizer Käse.
- 11 Das vielleicht teuerste Gewürz der Welt ist Safran.
- 12 Dieses Gewürz wird aus Blütennarben von Krokus (Crocus sativus) gewonnen.
- 13 Die Pflanze Crocus sativus wächst nicht nur im Iran und in Marokko sondern auch im Wallis.
- 14 Seit rund 400 Jahren wird eine Maissorte in der Schweiz angebaut, die es nur hier gibt: der Ribelmais.
- 15 Das St. Galler Rheintal ist berühmt für diese Maissorte.



bitter & umami

Themenkreise

Fleischverarbeitung – Geschmacksempfinden auf der Zunge

Fächer

Deutsch – Naturlehre

Lernziele

- Die Schülerinnen und Schüler erhalten erste Informationen zum Geschmack und werden angeregt, sich mit dem Inhalt des Heftes vertraut zu machen.
- Sie lernen, selektiv zu lesen, das heißt Texte auf eine bestimmte Information durchzukämmen.
- Sie lernen, ein Comic in eine Geschichte umzuschreiben (Unterrichtsidee: Kurzgeschichte schreiben).

Unterrichtsideen

Wettbewerb lösen: Die Schülerinnen und Schüler lesen den Krimi als Einstieg in die Arbeit mit dem Pick up 12.

Das Problem formulieren: Vor welchem Problem steht Kommissar M.ACKER? Erste Ideen der Klasse notieren und diskutieren.

- Das Problem eingrenzen: Wo könnte die Lösung zu finden sein? Welche Themen beziehungsweise Seiten des Magazins kommen in Frage?
- Die in Frage kommenden Seiten lesen. Wer findet jetzt die richtige Antwort?

(Die Lösung des Krimis wird im Pick up Magazin Nr. 13 auf der Doppelseite 14/15 stehen.)

Kurzgeschichte schreiben: Die Schülerinnen und Schüler schreiben einen Text mit dem Comic-Krimi als Grundlage.

- Die Schülerinnen und Schüler studieren die Bilder und lesen die Comictexte.
- Sie notieren in Stichworten, was in den Bildern zu sehen ist und was wann geschieht.
- Dann schreiben sie den Comic-Krimi zu einer Kurzgeschichte um, die ohne Bilder verständlich ist.
- Zum Schluss vergleichen die Schülerinnen und Schüler ihren Text mit dem Vorschlag von Pick up und beantworten die Fragen auf dem Auftragsblatt (☛ [Kopiervorlage](#)).

Kurzgeschichte schreiben

Lies den unten stehenden Vorschlag für den Kurzkrimi und vergleiche ihn mit deiner eigenen Geschichte:

- Wie steigt Pick up in den Krimi ein: mit einer Einleitung, einem Rückblick, einer Umgebungsbeschreibung?
- Wie hast du die Geschichte begonnen?
- Welche Art des Einstiegs gefällt dir besser? Weshalb?
- Welche zwei Bedeutungen stecken im Namen des Kommissars: "M.ACKER"?
- Sind die beiden Bedeutungen in deinem Krimi berücksichtigt? Wo? Wie?
- Sind die beiden Bedeutungen im Krimi von Pick up berücksichtigt? Wo? Wie?
- Wie ist dir der Schluss gelungen? Hast du alles erklärt, so dass keine Fragen mehr offen bleiben, ausser der Wettbewerbsfrage? Ist z. B. klar, ob Lady N-Mary überlebt?
- Wie ist die Geschichte im Krimi von Pick up abgeschlossen? Bleiben hier noch Fragen offen?

Drinks, Steaks und Musik der Chicken Legs – Kommissar M.ACKER löst seinen zweiten Fall.

Sie war in seinen Armen zusammengebrochen. Hätte Kommissar M.ACKER nicht sofort reagiert, seine Moto Guzzi gestartet und die junge Frau im Seitenwagen zum Bezirksspital gefahren, dann wäre jede Hilfe zu spät gekommen.

Steaks. Es geschah letzten Freitag: M.ACKER geniesst die noch warme Herbstsonne vor dem umgebauten Stall bei Bauer Andreas T. Seit Andreas den Hof übernommen hat, ist die Weekend-Starter-Party angesagt. Ab 18 Uhr bis Mitternacht legen Andreas und sein Team herzhaft gute Stücke auf den Grill, Steaks von eigenen Weiderindern, ohne Stress geschlachtet.

Musik. Deutlich mehr Stress hat jeweils der Nachbar, ein pensionierte Botaniker. Mit allen Mitteln werde er den Lärm bekämpfen, ereifert er sich bei M.ACKER. Dieser schiebt kopfschüttelnd die Sonnenbrille in die Stirn und ein weiteres Stück Fleisch in den Mund. Genüsslich lässt er den umami würzigen Geschmack auf der Zunge wirken.

Drinks. Vor dem Stall heizt der Grill ein, drinnen die Chicken legs; irgendwelche Popsternchen von lokaler Berühmtheit, die nicht singen können. M.ACKER tröstet sich: Ab Mitternacht wird Resident DJ Lady N-Mary auflegen – der Ohren- und Augenschmaus. Wie andere Male hat Lady N-Mary sein Angebot angenommen und trinkt mit ihm einen eiskalten Frucht-Drink, bevor sie auflegt. Während die junge Frau am Drink nippt, erzählt M.ACKER gut Erfundenes aus seiner Karriere. Innerhalb Minuten wird DJ Lady N-Mary blass und blasser und ... kippt plötzlich in seine Arme.

Untersuchung. Einige Tage und viele Gespräche später, schliesst Kommissar M.ACKER den Fall ab. Zwei Varianten sind bis zuletzt geblieben. **1. Das Versehen:** DJ Lady N-Mary hatte sich eine Fleischvergiftung zugezogen. **2. Der Mordversuch:** Der Drink wurde vergiftet. M.ACKER hat die zwei Verdächtigen befragt. Der Bauer, sichtlich nervös, bestätigte, dass es nicht immer möglich sei, verdorbenes Fleisch zu schmecken. Doch wenn man bei der Lagerung höchste Sorgfalt anwende, sei eine Fleischvergiftung ausgeschlossen. Der pensionierte Botaniker beteuerte ebenfalls seine Unschuld: Pflanzengift würde bitter schmecken. DJ Lady N-Mary hätte es im eisgekühlten Drink schmecken müssen. Die Frau habe aber nicht geklagt, der Drink sei bitter.

Kommissar M.ACKER rückt die Sonnenbrille zurecht und lächelt der genesenen DJ Lady N-Mary vielsagend zu. Er glaubt Bauer Andreas T.

Weshalb zweifelt M.ACKER an der Ehrlichkeit des Botanikers?