



Rohstoffe im Kreis führen

Die Weltbevölkerung wächst und unsere Ressourcen sind endlich. Trotzdem wollen wir immer mehr und lassen uns zu den neusten Trends verführen, auch wenn die alten Produkte noch gut sind. Es muss also ein Umdenken im Konsumieren und Umgang mit Produkten geschehen. Damit die Müllberge nicht weiter wachsen und Rohstoffe wiederverwendet werden, könnte die Kreislaufwirtschaft eine Lösung sein. Ziel ist es, Ressourcen zu schonen und abfallarme, langlebige Produkte zu entwickeln. Wer Produkte herstellt, vermarktet und konsumiert, soll auch für die Vermeidung, Verwertung und umweltverträgliche Beseitigung der Abfälle Verantwortung übernehmen. Es wird versucht, schon verwendete Ressourcen im Warenkreislauf zu halten anstatt sie wegzuworfen.

- ① Lies dir auf Seite 4 die Produktlebenszyklen an. Ordne die Aussagen im Bezug auf Nachhaltigkeit den Phasen der Produktion zu.



- | | |
|----------------|---|
| Entwicklung ● | ○ langlebige Produkte kaufen und lange nutzen, um Ressourcen zu sparen |
| Produktion ● | ○ Designer können den Materialeinsatz und die Wiederverwertbarkeit beeinflussen |
| Transportweg ● | ○ Abfälle wieder verwerten und neues Leben geben |
| Nutzung ● | ○ verringern den Materialeinsatz durch effiziente Produktionsabläufe |
| Recycling ● | ○ kürzere Transportwege, für weniger Energieverbrauch |

- ② Lies dir Seite 6 durch und nenne die drei Komponenten für ein nachhaltiges Produktdesign.

- ③ Lies dir Seite 7 durch erkläre am Beispiel Smartphone warum eine nachhaltige Produktion essenziell ist.



AB: Die Kreislaufwirtschaft

AES 10

- ④ Sieh dir Seite 10 an und erkläre kurz, warum der Transportweg bei einem Smartphone so hoch ist.

- ⑤ Sieh dir Seite 12-15 an und die Möglichkeiten, die du beim nachhaltigen Konsumieren hast. Schreibe drei Trends dazu auf.

- ⑥ Lies dir Seite 16 durch und verfasse einen kurzen Tweet, der auf die skandalösen Probleme mit dem Elektroschrott und alten Handys aufmerksam macht.



- ⑦ Nenne die Beispiele für Recycling von Seite 18/19.

