



QUIZ SCHWEIZ-WELT



DIE SCHWEIZ IN DER WELT

1. Welches ist das beliebteste ausländische Ferienreiseziel von Herrn und Frau Schweizer?
 Spanien China Deutschland
2. Wie viele Schweizerinnen und Schweizer haben einen festen Wohnsitz in einem andern Land als in der Schweiz?
 ca. 600 000 ca. 200 000 ca. 100 000
3. Welche dieser Schweizer Firmen haben auch eine Vertretung im Ausland?
 Nestlé Coop Roche Landi Migros Holcim
4. Welche schweizerischen Produkte werden am meisten exportiert?
 Schokolade Käse Chemieprodukte
5. Wie viel Geld schickt die ausländische Bevölkerung der Schweiz jährlich in ihre Heimatländer?
 ca. 100 Milliarden Franken ca. 1 Milliarde Franken ca. 10 Milliarden Franken
6. Welcher Anteil unseres *Bruttonationaleinkommens* (BNE, alle Verdienste eines Landes) wird für die *öffentliche Entwicklungshilfe* (APD) der Schweiz ausgegeben?
 zwischen 0,1% und 0,2% zwischen 0,4% und 0,5% zwischen 0,7% und 0,8%
7. Welche Schweizer Organisation ist im Falle einer Katastrophe in einem anderen Land vor Ort?
 Schweizer Militär Schweizer Bauamt Schweizerisches Korps für humanitäre Hilfe (SKH)
8. Mit wie vielen Botschaften ist die Schweiz weltweit vertreten?
 122 93 54



DIE WELT IN DER SCHWEIZ

1. Welches Land schickt am meisten Touristinnen und Touristen in die Schweiz?
 China Indien USA
2. Wie viele Ausländerinnen und Ausländer leben in der Schweiz?
 1,7 Mio. 3,8 Mio. 5,2 Mio.
3. Nennen Sie drei typische Schweizer Artikel, die aber auf den Import von ausländischen Produkten angewiesen sind. Begründen Sie Ihre Auswahl.
4. Welche dieser Interpreten produzieren Schweizer Musik? Begründen Sie Ihre Auswahl.
 Stress Kuno Lauener (Züri West) DJ Bobo Marc Sway Ruedi Ryann Stefanie Heinzmann
5. Wie viel Prozent des in der Schweiz verwalteten Vermögens stammen aus dem Ausland?
 50% 10% 30%
6. Wie viel des in der Schweiz generierten Geldes stammt aus dem Export, sowohl von Gütern als auch von Dienstleistungen?
 30% 50% 70%
7. Erfinden Sie eine eigene Frage zum Thema «Die Schweiz in der Welt – die Welt in der Schweiz»



DIE REISE EINES T-SHIRTS

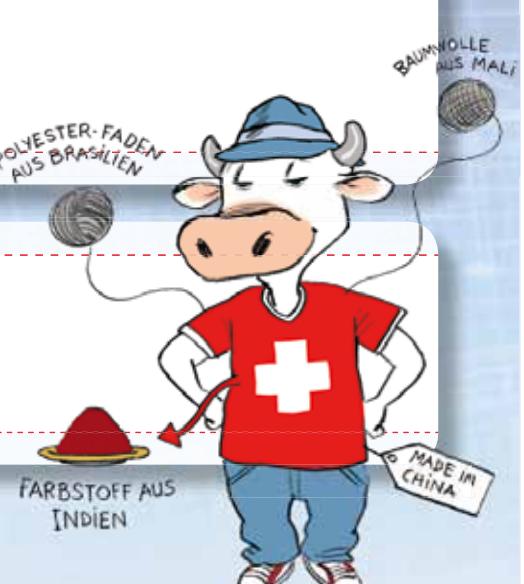
Lesen Sie den Text und beantworten Sie die folgenden Fragen.

Amin lebt in Senegal. Er arbeitet auf einer Baumwollplantage und pflückt täglich Baumwolle. Mit dem Schiff wird die Baumwolle von Senegal nach Istanbul verschifft. Dort wird die Baumwolle in einer grossen Spinnerei zu Garn versponnen. In Taiwan wird das Garn zu einem schönen weissen Baumwollstoff verwoben. In Polen wird gleichzeitig Farbstoff hergestellt, der in Lastwagen und mit dem Schiff nach Tunesien transportiert wird. In einer Fabrik in Tunis erhält der Stoff seine Farbe und den Aufdruck «I am cool». Damit das T-Shirt nicht gebügelt werden muss, wird der Stoff nach Sofia gekarrt und dort veredelt. In Deutschland entwirft ein Designer ein wunderbares Schnittmuster, das er nach China schickt, denn dort warten 200 Näherinnen darauf, dass sie den Stoff zu einem trendigen T-Shirt vernähen können. Die Knöpfe, die sie ebenfalls an das Shirt nähen, wurden in Spanien designt und hergestellt. Nun ist das T-Shirt bereit für den Verkauf. 1000 Stück werden von einem Grosshändler in Amerika gekauft. Ein trendiges Ladengeschäft in Zürich entdeckt in New York diese Shirts und kauft 100 Stück ein. Zur grossen Freude von Silvia, die in Zürich lebt, bekommt sie von ihrer Mutter zum Geburtstag eines dieser T-Shirts geschenkt. Leider gefällt es ihr nach einer Saison nicht mehr. Sie entscheidet sich, es in die Altkleidersammlung zu geben. Texaid sammelt die alten Kleider ein und verteilt sie an Organisationen, die sich in Afrika engagieren. Im Dorf, wo Amin lebt, gibt es einen Laden. Dort kauft er sich ein T-Shirt mit dem Aufdruck «I am cool».

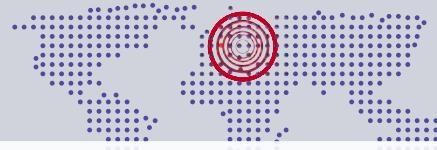
EERGEN ZUM TEXT



1. Schätzen Sie: Wie viele Kilometer ist das T-Shirt bzw. sind die dazu notwendigen Materialien ungefähr gereist?
 2. Was haben Silvia und Amin miteinander zu tun?
 3. Wie «cool» ist Silvia? Weshalb?



Quelle: Rivoli, P. (2006): Reisebericht eines T-Shirts. Ein Alltagsprodukt erklärt die Weltwirtschaft. Econ, Berlin.



AUSLAND?

i

A) «DEIN CHRISTUS IST EIN JUDE»

**Dein Christus ist ein Jude
 Dein Auto ist ein Japaner
 Deine Pizza ist italienisch Dein Chianti ist italienisch
 Deine Demokratie ist griechisch
 Dein Kaffee ist brasilianisch
 Dein Urlaub ist türkisch Dein Urlaub ist tunesisch
 Deine Zahlen sind arabisch
 Deine Schrift ist lateinisch
 Und dein Nachbar ist nur ein Ausländer?**



Quelle: «Auszug aus dem Lied <Ton Christ est juif> von Julos Beaucarne, CD <20 ans depuis 40 ans>, www.julos.be

B) «IHR REISEBÜRO»



**Wir machen
 aus Schweizern Ausländer !**

Ihr Reisebüro

Quelle: Aegerter, R. und Nezel, I. (Hrsg.) (1998): Medienpaket Rassismus. Eine Gemeinschaftsproduktion des Pestalozianums Zürich und der Stiftung gegen Rassismus und Antisemitismus respektive der Stiftung für Erziehung zur Toleranz, Zürich.

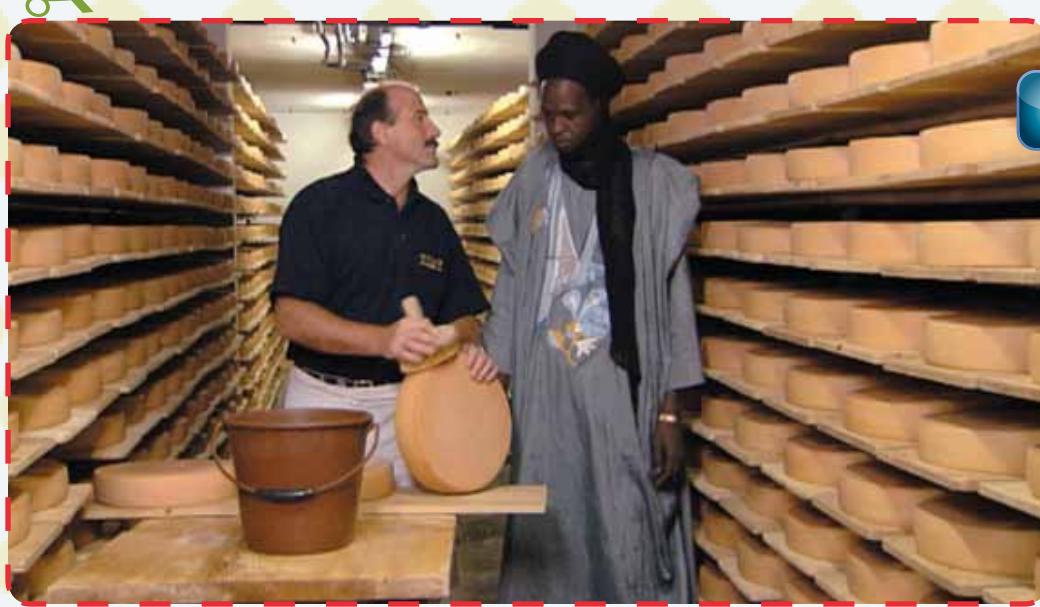


MILCH UND KÄSE

1

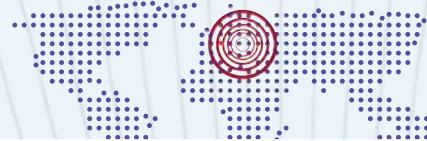


2



3





MILCH IN DER WELT

i

Zusammenarbeit zwischen APESS und DEZA (Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit)

Die DEZA ist seit Ende der Achtzigerjahre in der Sahelzone im Bereich Viehzucht tätig. Ihr erster Partner war die APESS (Association pour la Promotion de l'Elevage au Sahel et en Savane – Verband zur Förderung der Viehzucht im Sahel und in der Savanne). Dieser Verband wurde im Jahr 1989 als Weiterführung eines ab 1985 in Burkina Faso laufenden Forschungsprojekts im Bereich Futterbau gegründet. Aus praktischen Gründen ist die APESS ein Verband schweizerischen Rechts mit Firmensitz in Luzern. Ihr Generalsekretariat befindet sich in Dori, Burkina Faso.

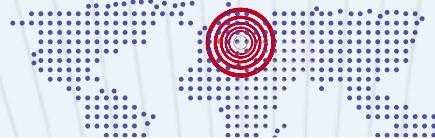
Hauptziel der APESS ist es, folgende Art von Viehzucht zu fördern: Einerseits sollen Vorstellungen der traditionellen Viehzüchter/innen berücksichtigt werden – sowohl im Bezug auf Wirtschaftlichkeit als auch auf soziale, gefühlsbetonte und geistige Werte. Andererseits soll die Viehzucht auch jüngste Entwicklungen berücksichtigen: Durch die Zunahme des Ackerbaus und der Bevölkerung nimmt zum Beispiel die verfügbare Landfläche ab. Um ihr Ziel zu erreichen, schlägt die APESS den Viehzüchter/innen vor, den Bestand ihrer Herden zu verringern, die Qualität ihrer Tiere jedoch zu verbessern und die Viehzucht durch Graswirtschaft und Heulagerung in Speichern zunehmend sesshafter zu gestalten, was eine ganzjährige Milchgewinnung erlauben würde. Die APESS erachtet es als notwendig, grundlegende Aufklärungsarbeit bezüglich Anbau und Denkweise der Viehzüchter/innen zu leisten, um diese

dadurch für Eigeninitiativen und Neuerungen empfänglich zu machen.

Dass die DEZA im Bereich Viehzucht vielseitig tätig ist, geschah dank der APESS und den Kreisen der Viehzüchter/innen, die sie seit 1989 durch APESS kennengelernt hat. Seit der 2. Hälfte der Neunzigerjahre hat die DEZA in allen Prioritätsländern Westafrikas (ausser Benin) typische, auf das Hirtenwesen ausgerichtete Landwirtschaftsprojekte und/oder Projekte mit gewichtigem Anteil Viehzucht in die Wege geleitet.

Die Zusammenarbeit mit der APESS ist bestimmt durch den Beschluss, regionale Zentren zu schaffen, um damit die Leitgedanken und Aktivitäten des Verbands besser vor Ort unterstützen zu können. Diese Zusammenarbeit basiert heute auf Direktunterstützungen der regionalen Ausbildungszentren Kameruns (seit 1996) und Senegals (seit 2002) durch die DEZA. Der Beschluss der DEZA, ihre Partnerschaft mit der APESS weiterzuführen, hat mehrere Gründe: Mit der Viehzucht Westafrikas steht Wichtiges auf dem Spiel. Außerdem ist die APESS gegenwärtig die einzige regionale Züchter/innen-Organisation von regionaler Bedeutung. Das Beziehungsnetz, welches durch sie geknüpft werden konnte, stellt ein wertvolles Kapital dar, das es zu wahren gilt. Somit kann festgestellt werden, dass diese Partnerschaft erfolgreich verlief, hat sie doch in der Tat erlaubt, eine Züchter/innen-Organisation zu bestätigen, die nicht nur von regionalem Ausmass ist, sondern auch Wesentliches geleistet hat.





MILCH IN DER WELT

«Seit wir mit der Molkerei «Faso Kosam» angefangen haben, ist unsere Arbeit besser geworden. Sie kommen jeden Tag die Milch holen, und alle zwei Wochen bezahlen sie uns. Das ist eine gute Sache. Mit diesem Geld bezahlen wir Kleider und Gewürze; wir kleiden unsere Kinder, bezahlen das Schulgeld, wir bezahlen alles, was wir brauchen, mit dem Geld der Molkerei «Faso Kosam». Das ist wirklich vorteilhaft. Wir haben kein anderes Einkommen. Und wir haben keine Ersparnisse. Während der Trockenzeit verdienen wir nicht genügend Geld. Wir verdienen nur ganz wenig bis zur Regenzeit. Vorher gingen während der Trockenzeit alle Kühe fort auf andere Weiden, und es gab keine Milch. Aber seit wir mit «Faso Kosam» arbeiten, haben wir während der Trockenzeit fast die gleiche Menge Milch wie in der Regenzeit. Weil wir das Geld verdienen, um Viehfutter zu kaufen. Wir haben Milch für unsere Ernährung und für den Verkauf. Das ist sehr vorteilhaft..»

Die Frauen von der Milchannahmestelle «Faso Kosam»

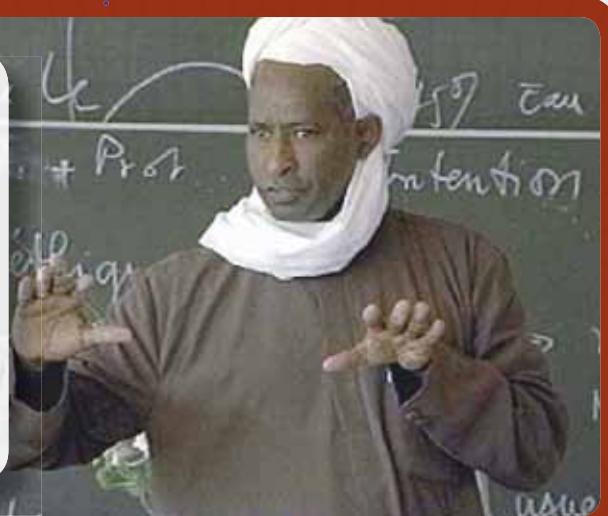
(*Faso = Territorium, Kosam = Milch*)





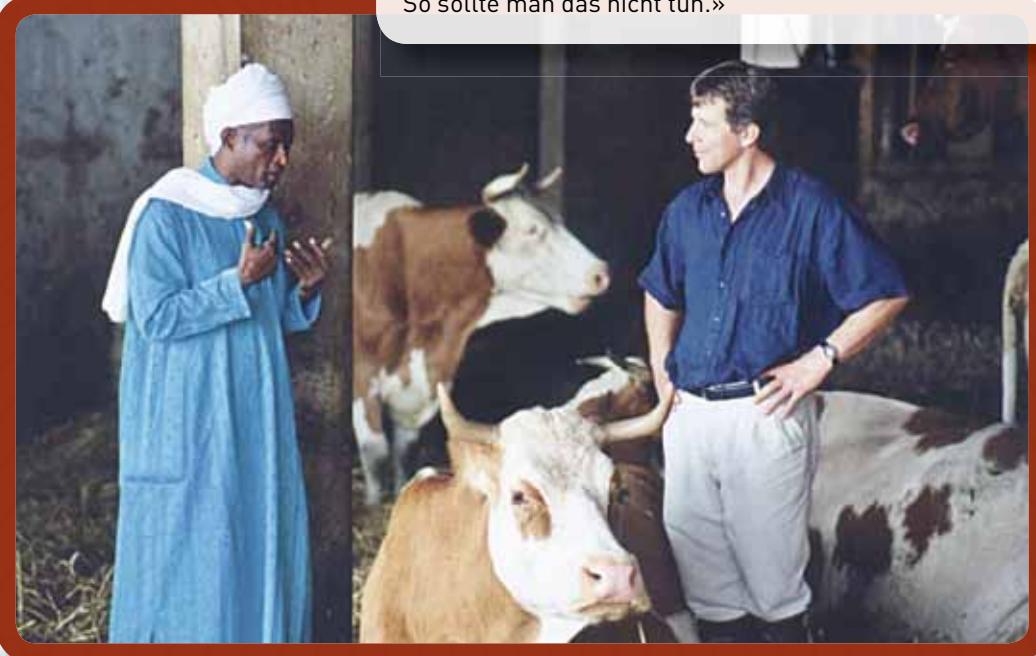
«Hier bilden unsere Regierungen ihre Meinungen. Sie gehen in Länder wie die Schweiz und schauen sich die Dinge an, und dann kehren sie zurück und verlangen von uns, dass wir das Gleiche tun sollten. Aber das ist unmöglich! Man kann bei uns keine Viehhaltung betreiben wie hier.»

Hamadoun Dicko

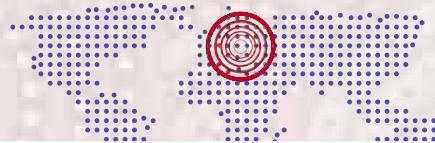


Ueli Hurter: «Es gibt bei den Biobauern jetzt eine gewisse grundsätzliche Abneigung gegen die Zuchttiere. Es sind ja meistens Stiere, bei denen in vorausgegangenen Generationen künstliche Befruchtung und Embryotransfer vorkamen. Das finde ich falsch, denn diese Vorfahren stammen wiederum aus Verhältnissen, wo intensivst gefüttert wird, das heisst mit einer Art Sojaersatz, und das heisst heute mit genetisch manipulierter Ware. Wenn wir konsequent sein wollen mit unserer Haltung, müssen wir das ablehnen.»

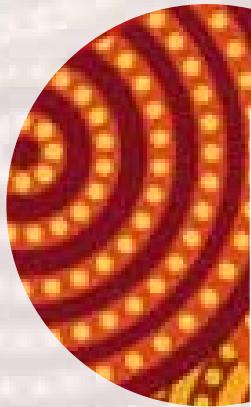
Hamadoun Dicko: «Wenn der Mensch etwas verändert, das Gott geschaffen hat, dann riskiert er, dass ihm die Entwicklung entgleitet. Deshalb glaube ich, dass sie in ihrer Entwicklung zu weit gegangen sind. So sollte man das nicht tun.»



Quelle: Zit. nach Neuenschwander, J. (2000/2004): Dokumentarfilm «Q – Begegnungen auf der Milchstrasse» und pädagogisches Begleitmaterial. ContainerTV. URL: <http://www.filmeineinewelt.ch/deutsch/pagesmov/52013.htm> (6.10.2011).



BLICK IN DEN KLEIDERSCHRANK



Etwa die Hälfte unserer Bekleidung ist aus Baumwolle. In etwa 70 Ländern werden jedes Jahr 20 Millionen Tonnen Rohbaumwolle angebaut. Damit sind grosse Umweltprobleme verbunden. In Zentralasien ist der Aralsee um 40000km² – die Fläche der Schweiz – geschrumpft, weil Wasser für den Baumwollanbau entnommen worden ist. Oft handelt es sich zudem um Monokulturen, die intensiv mit Pestiziden besprüht werden und Wasser und Böden belasten.

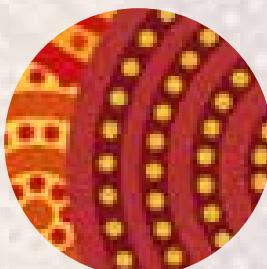
Die Hälfte der Baumwolle stammt aus China, den USA und den zentralasiatischen Republiken. Zusammen mit Indien, Pakistan, Australien, Brasilien, der Türkei, Ägypten und den afrikanischen Ländern Mali, Elfenbeinküste, Burkina Faso, Benin, Togo, dem Tschad, Sudan und Kamerun stellen diese Länder 90% der Welternte. Die Weltmarktpreise sind wie bei anderen Rohstoffen kurzfristig stark schwankend, langfristig aber sinkend. Ein Kilo Rohbaumwolle kostete 1960 3,14 Dollar, 2003 noch 1 Dollar [im August 2011 2,4 Dollar]. Heimliche Hauptstadt des «weissen Goldes» ist Winterthur. Die Paul Reinhart AG und die Volcot AG zählen zu den grössten Baumwollhändlern der Welt.

Ein weltweites Netz internationaler Arbeitsteilung prägt den Textil- und Bekleidungsmarkt. Der Grossteil unserer Kleider wird im Ausland gefertigt, vor allem in Asien. Die Entwicklungsländer liefern sich einen scharfen Konkurrenz-

kampf. Es sind überwiegend junge Frauen zwischen 14 und 25 Jahren, welche zu Hungerlöhnen an den Nähmaschinen arbeiten. Farida Akhter aus Bangladesch meint: «In Bangladesch arbeiten 1,5 Millionen Frauen unter miserablen Bedingungen im Bekleidungssektor. Weniger als 1 Dollar Lohn pro Tag, keine Ferien, kein Mutterschaftsurlaub, keine Gewerkschaftsfreiheit. Ohne diese Arbeitsplätze wäre jedoch die Lage der Frauen noch schlechter. Deshalb gilt: Keine Boykotte, sondern Solidarität bezeugen.» So haben Hilfswerke eine internationale Kampagne für «saubere Kleidung» [vgl. auch www.cleanclothes.ch] lanciert, damit die Konsumentinnen und Konsumenten gemeinsam faire Arbeitsbedingungen einfordern können.

Der Konsum an Kleidern in der Schweiz zählt mit durchschnittlich 15 Kilo pro Jahr und Kopf zur Weltspitze. Das entspricht ca. 1 Wintermantel, 1 Jacke, 5 Hosen oder Röcken, 4 Pullovern oder Sweatshirts, 8 Blusen oder Hemden, 6 T-Shirts, 10 Unterwäschegarnituren, 10 Paar Socken und 2 Abendkleidern oder Anzügen. Zwar ist der Verbrauch steigend, doch der Anteil der Ausgaben für Textilien am Einkommen ist rückläufig. Dafür sind einerseits die steigenden Schweizer Löhne und andererseits die fallenden Preise für Bekleidung verantwortlich. Pro Haushalt werden jährlich 1940 Franken bzw. 3% der Ausgaben für Bekleidung verwendet.

Quelle: Gerster, R. (2005): Globalisierung und Gerechtigkeit. hep, Bern.





FRAGEN ZUM TEXT

1. Weshalb belasten wir mit unserem Kleiderkonsum die Umwelt?

2. Welches sind die grössten Baumwollproduzenten der Welt?

4. Wie sehen häufig die Arbeitsbedingungen von Arbeiter/innen in der Baumwollindustrie aus? Weshalb? Wie könnte die Situation verbessert werden?

5. Bringt es einen Nutzen, den Konsum von Baumwollprodukten zu boykottieren? Weshalb (nicht)?

6. Was ist Ihnen im Hinblick auf Ihre Kleidung wichtig? Wie viel Geld geben Sie selbst jährlich für Kleidung aus?

7. Welchen positiven Beitrag können Sie selbst leisten, um die Umwelt- und Arbeitssituation im Zusammenhang mit der Baumwollindustrie zu verbessern?