

Wilfried Probst

## **"Biologie im Supermarkt" - Verbraucheremanzipation durch handlungsorientierte Umweltbildung**

### **1. Biologie im Supermarkt**

Ein wichtiges Prinzip des Biologie-Unterrichtes ist es, unmittelbare Anschauung zu ermöglichen. Dies kann z.B. durch praktische Arbeiten der Schüler und Schülerinnen im Labor oder im Feiland erreicht werden. Ein mögliches Erfahrungsfeld für unmittelbare Anschaulichkeit spielt jedoch bisher in der didaktischen Literatur nur eine untergeordnete Rolle: die Einkaufszentren wie Verbrauchermärkte, Supermärkte usw. Dabei spielen diese Einkaufslandschaften als Aufenthaltsorte von Kindern und Jugendlichen zunehmend eine wichtige Rolle. Wir haben bei etwa 400 Schülerinnen und Schülern von Flensburger Haupt-, Real- und Gesamtschulen im Alter zwischen 9 und 16 Jahren eine Befragung durchgeführt. Das Ergebnis hat uns nicht sehr überrascht. Kauflandschaften wie Einkaufspassagen und Supermärkte sind Orte, an denen sich Schüler und Schülerinnen in ihrer Freizeit bedeutend länger und häufiger aufhalten als dies zum Einkaufen nötig wäre. Diese Kauflandschaften sind zu einem wichtigen Teil unserer Umwelt geworden und viele Menschen verbringen dort einen guten Teil ihrer Freizeit.

Dabei kann man sagen, daß die Aufenthaltsdauer mit zunehmendem Alter zunimmt, wobei es kleine Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen gibt, die jedoch für diese Überlegungen nicht wichtig sind..

Zwar gaben nur wenige an, jeden Tag im Supermarkt zu sein, aber etwa 40% sind mehrmals die Woche da, knapp 30% bleiben im Schnitt jedesmal länger als eine Stunde dort und 35 % gehen hin, ohne genau zu wissen was sie (kaufen) wollen. Gerade die hohe Zahl derer, die antworteten, daß sie mehrmals die Woche in einem Einkaufszentrum sind und daß sie sich dort länger als eine Stunde aufhalten und zunächst beim Betreten kein bestimmtes Kaufziel vor Augen haben, zeigt, daß diese Orte durchaus der unterhaltenden Freizeitgestaltung dienen.

Diese Entwicklung kommt nicht von ungefähr. Sie wird gezielt gefördert. Wenn heute über die „Ladenschlußzeiten“ noch gestritten wird, so wird darin von vielen

Befürwortern einer liberalen Marktwirtschaft ein anachronistisches Rückzugsgefecht der ewig Gestrigen gesehen. Wirklich anachronistisch ist sicherlich die Bezeichnung „Laden“ für das, was heute mit „Kaufland“ oder „Fördepark“ bezeichnet wird.

Man kann darüber traurig sein, man kann auch versuchen, daran etwas zu ändern - etwa durch angeleitetes "Naturerleben", durch Waldkindergärten und -schulen usw., man kann aber auch versuchen, die Jugendlichen dort abzuholen, wo sie sind, in den Supermärkten.

Die Vielfalt der angebotenen Produkte in einem Supermarkt ist sehr groß und für den Konsumenten z.T. verwirrend:

In einem Supermarkt von 6.500 m<sup>2</sup> werden etwa 25.000 verschiedene Artikel angeboten, d.h. rund 4 verschiedene Artikel pro m<sup>2</sup>. Bei Nachfragen erhielten wir für andere unterschiedliche große Einkaufszentren ganz ähnliche Werte (z.B. 5.000 Artikel auf 1.800 m<sup>2</sup>, 50.000 Artikel auf 12.000 m<sup>2</sup>). Dabei ist die Vielfalt der Aufschriften, Werbetafeln usw. noch nicht berücksichtigt.

Im Freien muß man die Fähigkeit zum Betrachten und Beobachten einüben, um spannende Erfahrungen und Erlebnisse zu haben. Man braucht Zeit und Geduld, um etwas zu "entdecken". Dies ist in einer Einkaufslandschaft anders, sie wurde von Fachleuten aufgebaut, die wissen, was schnell wirkt. Ziel dieser geplanten Wirkungen ist es, die Besucher zum Konsum anzuregen. So ist die unmittelbare Erfahrung im Supermarkt zunächst eine sehr einseitige. Die Reize sind so gestaltet, daß sie Bedürfnisse wecken, das Zugreifen erleichtern, Hemmschwellen abbauen.

Diese Einwirkung auf die Besucher ist einseitig, dieser Einseitigkeit sollte etwas entgegengesetzt werden. Besonders wichtig ist dies im Hinblick auf junge Konsumenten, Kinder und Jugendliche. Die beachtliche Kaufkraft dieser Gruppe macht sie zu einem besonders umworbenen aber auch besonders leicht durch werbestrategien zu beeinflussenden Klientel.

### **Bisherige Erfahrungen**

- Ich habe in den Wintersemestern 1995 und 1996 jeweils ein Seminar mit Studierenden der Universität Flensburg zum Thema "Biologie im Supermarkt" durchgeführt.

Dabei war das Interesse an folgenden Themenbereichen besonders groß: Werbung und Käufermanipulation, (Gefährliche) Inhaltsstoffe in Lebensmitteln, Milch und Milchprodukte, Fairer Handel

- In den Jahren 1997, 1998 und 1999 wurden mehrere Lehrerfortbildungsveranstaltungen an der Akademie für Lehrerbildung und Personalführung in Dillingen abgehalten. Dabei hatten die LehrerInnen die Möglichkeit, nach einer Führung durch den Verbrauchermarkt eigene Ideen zu entwickeln. Es fällt auf, daß besonders häufig fächerübergreifende Themen genannt bearbeitet wurden, z.B. aus den Bereichen Hygiene, Entsorgung Abfall oder Lagerhaltung, Transport oder „Ökobilanzen“ von Artikeln.
- Einige Examenarbeiten und Studien an unserem Institut haben sich mit dem Thema beschäftigt (Beispiele: Katrin Satzky: Milch im Supermarkt - Möglichkeiten für handlungsorientierten Biologieunterricht. Flensburg 1999; Nina Einfeldt: Fleisch im Supermarkt – Möglichkeiten für den Biologieunterricht. Flensburg 2000).
- Eine Ideensammlung bei Lehrern und Fachdidaktikern erbrachte einen recht interessanten bunt gemischten Katalog von möglichen Unterrichtseinheiten zum "Supermarkt". Einige Vorschläge:  
„Tiersymbole als Werbeträger“, „Was ist an einem light-Quark leicht?“, „Ein Sonderfall der Evolution: Die Entwicklungsreihe des Becherjoghurts“, „Wer brummt denn da? - Wespen und Hummeln an Konditoreiwaren“ oder „Was hast du in der Tiefkühltruhe?“ .
- Während verschiedener Fachpraktika wurden einzelne Einheiten im Schulunterricht erprobt (Beispiel: Eierangebot im Supermarkt und Hühnerhaltung, UE in eine 5.Klasse der IGS Flensburg).

Hier war das Eierangebot im Supermarkt der Ausgangspunkt: Eier als Nahrungsmittel und als Bestandteile von Nahrungsmitteln, Packungsaufschriften, Preise. Eier sind aber auch die Fortpflanzungsprodukte von Lebewesen. Ein Besuch im Hühnerstall eines Kleingärtners läßt den biologischen Zusammenhang erkennen. Die Eier im Supermarkt kommen allerdings von anderen Ställen. Eine kurze Folge von Dias zur üblichen Batteriehaltung von Legehennen erzeugt große Betroffenheit. Die Fünftklässler setzen dies um in eine kurze Comic-Sequenz. Außerdem entwerfen sie Etiketten für Eierkartons .

((Abb. Einfügen))

Aus diesen Erfahrungen läßt sich als wichtigstes übergeordnetes Ziel des Vorhabens "Biologie im Supermarkt" formulieren:

***Den einseitigen didaktischen Zielen der Werbung sollen durch Biologieunterricht im Supermarkt Ziele entgegengesetzt werden, die der Emanzipation der VerbraucherInnen dienen. Die Schülerinnen und Schüler sollen zu gut informierten, kritischen Konsumenten werden.***

Die folgenden 3 Beispiele stammen aus dem Skript zu einer geplanten Veröffentlichung (Probst, W./Scharf, K. (Hrsg.): Mit der Klasse in den Supermarkt – Biologie. Aulis Köln, vermutl. 2002)

## 1. Fachlicher Hintergrund

Fette spielen für die menschliche Ernährung eine wichtige Rolle. Wegen ihres hohen Energiegehaltes handelt es sich um wertvolle Nahrungsmittel, die insbesondere für Menschen mit hohem Energieumsatz wichtig sind. In Wohlstandsgesellschaften werden sie eher zum Problem. Hier muss es das Erziehungsziel sein, zum sparsamen und vernünftigen Umgang mit fetthaltigen Nahrungsmitteln anzuleiten.

**Fette** und **Öle** sind Triglyzeride, also Verbindungen von Glycerin - einem Dreieralkohol - mit drei Fettsäuren. Diese Fettsäuren bestehen aus einer meist unverzweigten und geradzahigen Ketten von 4 bis 26 Kohlenstoffatomen. Wenn die Kohlenstoffatome durch einfache Verbindungen miteinander verknüpft sind, spricht man von gesättigten Fettsäuren. Ungesättigte Fettsäuren tragen an einer oder mehreren Stellen Doppelbindungen (einfach ungesättigt: eine Doppelbindung, zweifach ungesättigt: zwei Doppelbindungen usw.). Dieser prinzipielle chemische Aufbau gilt für Öle und Fette gleichermaßen. Fett ist jedoch um so härter, je weniger ungesättigte Fettsäuren am Aufbau beteiligt sind und je länger die Kohlenstoffketten der Fettsäuren sind.

Von **Butter** über **Margarine**, **Backfett** und **Ölen** findet sich ein breites Angebot dieser energiereichsten Lebensmittel im Supermarkt. Unter schwierigen Ernährungsbedingungen und bei hohem Energieumsatz sind Fette und Öle für den Menschen von besonderer Wichtigkeit. Es dürfte sich deshalb im Laufe der Evolution eine besondere Bevorzugung fettreicher Speisen auch genetisch etabliert haben. Dies führt in unserer Wohlstandsgesellschaft zu gewissen Problemen. Menschen neigen dazu, mehr Fette und Öle mit der Nahrung aufzunehmen, als notwendig. Dies kann einmal zur Gewichtszunahme, zum anderen aber auch zu unliebsamen Nebenerscheinungen wie Arteriosklerose führen.

In Deutschland beträgt der pro-Kopf-Verbrauch an Speiseölen und Fetten etwa 31 kg pro Jahr, wobei fetthaltige Lebensmittel wie Fleisch und Käse dabei nicht berücksichtigt sind.

Neben tierischen Fetten (Butter, Schmalz, Talg, aus Tierfetten hergestellte Margarinen) spielen heute für die menschliche Ernährung vor allem auch **pflanzliche Fette** eine wichtige Rolle. Diese Fette werden vor allem aus Samen und Früchten von Pflanzen hergestellt, z.B. aus Oliven, Raps, Sonnenblume, Mais, Sesam, Lein, Ölpalme und einer relativ großen Zahl weiterer Pflanzenarten.

Einige ungesättigte Fettsäuren können von unserem Stoffwechsel nicht produziert werden und müssen deshalb unbedingt mit der Nahrung aufgenommen werden (essentielle Fettsäuren).

Schließlich spielen sog. **Fettersatzstoffe** eine zunehmende Rolle. Sie sollen so ähnlich schmecken, wie richtige Fette - ohne deren vermeintliche Nachteile für den Konsumenten, wie hohen Nährwert und Cholesteringefahr.

## 2. Auswertung

Erstes Ziel des Unterrichts ist es, einen Überblick über das Fett- und Ölangebot im Supermarkt zu bekommen. Dabei kann zunächst nach tierlicher bzw. pflanzlicher Herkunft eingeteilt werden. Zur Auswertung empfiehlt es sich, Abbildungen verschiedener öl- und fettliefernder Pflanzenarten bereitzuhalten. Über Anbauggebiete und (welt)wirtschaftliche Bedeutung ergeben sich Beziehungen zur Geografie bzw. zu Wirtschaft/Politik.

Der zweite Teil der Aufgaben kann genutzt werden, um die Bedeutung der Fette und Öle für die menschliche Ernährung herauszuarbeiten. Bei der Behandlung der Zusatzstoffe kann die angegebene Literatur als Informationsquelle dienen. Schließlich sollte auch der richtige Einsatz in der Küche (Aufgabe 6) berücksichtigt werden: Für Braten und Frittieren verwendet man hochsiedende Fette, da sie sich auch bei hohen Temperaturen noch nicht zersetzen ("rauchen, anbrennen") Dabei werden schädliche z.T. krebserregende Abbauprodukte gebildet. Für Salate sind Öle mit einem hohen Anteil ungesättigter Fettsäuren zu empfehlen. Dies gilt auch für gesunden Brotaufstrich (Margarine). Zum Backen eignen sich neben Butter auch billigere Margarinesorten.

Olivenöle gibt es z.B. in sehr unterschiedlichen Qualitätsstufen. In den Mittelmeerländern - zunehmend auch in Mitteleuropa - werden wertvolle Herkünfte und Geschmacksrichtungen von Feinschmeckern teuer bezahlt.

Name: ..... Klasse: ..... Datum: .....

### Fettecken im Supermarkt

Fette und Öle sind wichtige Bestandteile unserer Nahrung. In Deutschland beträgt der pro-Kopf-Verbrauch an Speiseölen und Fetten etwa 31 kg pro Jahr. Dabei sind fetthaltige Lebensmittel wie Fleisch und Käse noch nicht berücksichtigt.

Versuche, auf einem Erkundungsgang durch einen Supermarkt folgende Aufgaben zu lösen:

1. Welche Pflanzen und Tiere liefern Rohstoffe für die angebotenen Öle und Fette?

Pflanzen:	
Tiere:	

2. Untersuche die Preisunterschiede von Margarine, Öl und Butter. Notiere jeweils die höchsten und niedrigsten Preise mit Marken. Lässt sich eine Erklärung für diese Unterschiede geben?

Margarine	
Öl	
Butter	

3. Wie unterscheidet sich der Fettgehalt verschiedener Margarinen )Butter und Backfette)?
4. Inhaltsstoffe von Margarine  
Notiere Inhaltsstoffe (außer Fetten und Ölen), wie sie auf den Packungen von Margarinen angegeben sind. (Versuche, mit Hilfe der Literatur eine Abschätzung der Schädlichkeit oder Unbedenklichkeit dieser Stoffe).
5. Werden im Supermarkt Fettersatzstoffe angeboten? Wenn ja, welche? Warum werden Fette durch solche Stoffe ersetzt? Geht aus den Packungsaufschriften hervor, auf der Basis welcher Grund-Nährstoffe (Kohlenhydrate, Proteine, Lipide) die Fettersatzstoffe hergestellt wurden?
6. Welche Fette würdest Du für die Zubereitung folgender Mahlzeiten verwenden:  
Fischfilet  
Pommes frites  
Pfannkuchen  
Erbsengemüse  
Mürbeteigkuchen  
frischer Ackersalat, selbstgemachte Mayonnaise  
Begründe Deine Wahl.

## 1. Fachlicher Hintergrund

Zur Verkaufsstrategie eines Produktes gehören Signets und Symbole, die dem Käufer eine Identifikation mit dem Produkt erleichtern. Nicht selten nutzen Firmen für ihre Produkte oder auch für die ganze Firma ein entsprechendes Tiersymbol. Diese Tiersymbole in der Produktwerbung spielen eine ähnliche Rolle wie entsprechende Symbole in der Heraldik.

Bei den "Warentieren" kann man unterschiedliche Typen unterscheiden:

1. Einige Tiere sollen einfach helfen, den Namen eines entsprechenden Produktes merkbarer zu machen. Dabei kann es sich um Eigennamen der Firmeninhaber handeln. Meist hat das Tiersymbol in diesem Fall nichts mit den Produkteigenschaften zu tun (Beispiel: Uhu-Alleskleber).
2. Die anthropomorphe Sichtweise bestimmter Tiere und ihrer Eigenschaften ist uralte und ist bis heute in populären Vorstellungen stark verankert. Es ist deshalb kein Wunder, dass besonders Beutegreifer wie Adler, Puma, Löwe usw. häufig als Symboltiere für Stärke und Kraft in den Wappen von Adelsgeschlechtern oder auch in Nationalsymbolen und Städtewappen auftauchen. Sie sind meistens als Firmensymbole häufiger. Seltener wird damit für ein spezielles Produkt geworben.
3. Andere Tiersymbole stehen in einem engen Zusammenhang mit dem speziellen Produkt oder mit der Firma, für die sie als Werbeträger fungieren sollen (Tierbilder auf Tierfutterpackungen, Kranich als Symbol einer Fluggesellschaft usw.).

## 2. Auswertung

Zunächst sollen möglichst viele verschiedene Tiersymbole aus dem Supermarkt gesammelt werden. In einem zweiten Schritt werden die Tiere geordnet und es werden Informationen zur Biologie dieser Tiere sowie zu ihrer symbolischen Bedeutung bzw. den Eigenschaften, die ihnen vom Menschen traditionell zugeordnet werden, hergestellt. Falls in höheren Klassen im Verhaltenskundeunterricht bereits über angeborene Auslösemechanismen bei Menschen gesprochen wurde, kann dieses Wissen hier angewandt werden.

Symbolwert und biologische Tatsachen (Form, Eigenschaften, Verhalten) können miteinander in Beziehung gebracht werden. Schließlich soll überlegt werden, warum diese Tiere als Warentiere Verwendung finden.

- Welcher Symbolcharakter geht von bestimmten Tierarten aus?
- Warum werden bestimmte Tierarten für bestimmte Produkte als Werbemittel eingesetzt?
- Wie bekannt sind "Warentiere"?



Um die Fotos der Symbole schnell auswerten zu können, empfiehlt sich der Einsatz einer Digitalkamera.

Name: ..... Klasse: ..... Datum: .....

## Warentiere

Viele Firmen werben für sich oder für bestimmte Produkte mit Tiersymbolen. Gehe auf eine Safari in den Regalen eines Supermarktes.

**Material:** evtl. Fotoapparat  
Kopierer oder Scanner

## Aufgaben

1. Gehe auf Tiersafari in den Supermarkt. Versuche, möglichst viele verschiedene Bilder und Symbole von Tieren auf Packungen zu finden. Kaufe als Beleg jeweils eine Packung mit einem Tiersymbol oder fertige ein Foto oder eine Skizze an.
2. Erstelle eine Liste der gefundenen Tierarten und gib jeweils eine kurze biologische Charakteristik der Art.  
Beispiel: Das Dromedar (*Camelus dromedarius*) ist an das harte Leben in der Wüste besonders gut angepasst. Es kann lange Zeit ohne Wasser und Nahrung auskommen. Für die Beduinen ist es nicht nur Helfer und Freund, es spendet ihnen auch Fleisch, Fett, Wolle und Dung für die Lagerfeuer.
3. Welcher Symbolwert wird der jeweiligen Tierart im allgemeinen beigemessen (begründe mit dem Aussehen, der Verhaltensweise ...).
4. Hat die Tierart etwas mit dem Produkt oder der Firma zu tun, für die sie als Werbeträger verwendet wird?
5. Überlege Dir selbst ein Tiersymbol, das für Speiseeis Verwendung finden könnte.

Klebe hier die "erbeuteten"  
Warentiere ein.



## 1. Fachlicher Hintergrund

Der Nordamerikaner Minor C. Keith pachtete 1870 3.000 km<sup>2</sup> Land in Costa Rica und legte dort eine riesige Bananenplantage an. Dies war die Geburtsstunde der United Fruit Company, die in kürzester Zeit Plantagen in ganz Mittelamerika aufbaute und darüber die Entwicklung und Politik dieser Staaten kontrollierte ("Bananenrepubliken"). Während sich *Bananen* leicht lange Zeit lagern lassen und deshalb für die Verschiffung gut geeignete Südfrüchte sind, gilt dies für die meisten anderen tropischen Früchte nicht. So haben in den letzten Jahren eine Reihe noch weitgehend unbekannter Exoten in den Obsttheken der Supermärkte deutlich zugenommen.

Während uns Ananas, Bananen, Kiwi und Zitrusfrüchte heute schon so vertraut sind wie Äpfel und Birnen, können uns Kiwano, Mangostane oder Peruanische Stachelbeere schon Rätsel aufgeben.

Ursprünglich aus *Südamerika* stammend: *Baumtomate* (*Cyphomandra beta-cea*), *Cherimoya* (*Annona cherimola*), *Peruanische Stachelbeere* (*Physalis peruviana*), *Maracuja* (*Passiflora edulis*) und *Papaya* (*Carica papaya*). Aus *Südostasien* stammen *Rambutan* (*Nephelium lappaceum*), *Mangostane* (*Garcinia mangostana*), *Mango* (*Mangifera indica*), aus dem *tropischen Afrika* *Kiwano* (*Cucumis metuliferus*).

Angepflanzt werden diese Früchte heute allerdings auch in ganz anderen Gebieten, oft in Ländern der sogenannten „Dritten Welt“. Die durch solche Südfruchtplantagen bedeckten Landstriche fehlen als Anbauflächen für den inländischen Nahrungsmittelmarkt. Viele Fruchtexportländer mussten deshalb dazu übergehen, Grundnahrungsmittel für den heimischen Bedarf teuer zu importieren oder zu subventionieren. Von den Gewinnen aus den Agrarexporten bleiben den Anbauern nur Bruchteile. Dagegen müssen sie für die "hochwertigen" importierten Industrieprodukte immer mehr bezahlen.

Sollte man deshalb ganz auf Südfrüchte verzichten? Vielleicht ist es eine Alternative, die Handelsbedingungen zu ändern. Insbesondere sollten die erwirtschafteten Gewinne in viel höherem Maße den Anbauern selbst zugute kommen. Es gibt mittlerweile ein sogenanntes TransFair-Gütesiegel für Produkte, die nach für die Anbauer gerechteren Bedingungen gehandelt werden.

## 2. Auswertung

Bei einem gemeinsamen Besuch und Einkauf in der Obstabteilung eines Supermarktes lernen die SchülerInnen das vielfältige Angebot an exotischen Früchten kennen. Häufig sind die Herkunftsländer ausgemaltes. Eventuell kann man zusätzliche Informationen durch Nachfragen bei den Verkäufern erhalten. Die häufigsten Südfrüchte sind auf der Randspalte des Arbeitsblattes abgebildet. Weitere Namen können ergänzt werden. Sie werden Nummern zugeordnet, die jeweils in der Weltkarte an den entsprechenden Herkunftsort geschrieben werden (vgl. Beispiel).

Je nach Klassenstufe und geografischen bzw. wirtschaftspolitischen Kenntnissen kann die oben angedeutete Problematik des Südfruchthandels vertieft werden.

Man kann den Aufbau einiger Früchte genau untersuchen und dabei die einzelnen Bezeichnungen (Fruchtfleisch, Steinkern, Same usw.) kennenlernen. Diese morphologischen Untersuchungen können gut mit der gemeinsamen Zubereitung eines Obstsalates abgeschlossen werden

Name: ..... Klasse: ..... Datum: .....
--

## Exotische Früchte

### Aufgaben

1. Welche Früchte werden in der Obstabteilung eines Supermarktes angeboten? Notiere bei einem Rundgang die Arten und die Herkunftsländer soweit sie auf den Etiketten vermerkt sind (eventuell bei der Verkäuferin nachfragen).
2. Markiere die Herkunftsländer auf einer Weltkarte mit Symbolen ( z.B. Zahl oder Anfangsbuchstaben) für die jeweiligen Früchte.
3. Ermittle die Flugkilometer, die für den Import der Früchte zurückgelegt werden.

### Der Aufbau einer Tropenfrucht

Suche dir eine interessante Tropenfrucht aus. Im Klassenzimmer wirst du dich genau mit dem Aufbau dieser Frucht beschäftigen. Außerdem soll sie mit anderen Früchten zu einem **exotischen Obstsalat** verarbeitet werden.

Untersuche genau und notiere in einem Steckbrief:

- Größe und Gewicht,
- Oberfläche und Oberflächenbeschaffenheit,
- Farbe,
- Aufbau der Fruchtwand, Lage, Zahl und Beschaffenheit der Samen,
- Anwachsstellen der Samen

Fertige eine Zeichnung an, die die äußere Beschaffenheit und den inneren Aufbau der Frucht zeigt

### Obstsalat

*Du brauchst: Küchenmesser, Schneidebrett, große Schüssel; ev. Zucker und Gewürze (Zimt, Ingwer, Muskat, Pfeffer wirkt als Geschmacksverstärker), Zitronen- oder Limettensaft*

Fruchtfleisch in kleine Stücke schneiden, in großer Schüssel mit etwas Zucker, Zitronen- bzw. Limettensaft und Gewürzen abschmecken, ein bis zwei Stunden ziehen lassen

**Literaturhinweis:**

Wilfried Probst / Karl-Heinz Scharf: Biologie im Supermarkt. Mit der Klasse in den Supermarkt. Köln 2002

Besonders empfehlenswert sind auch die Veröffentlichungen des Auswertungs- und Informationsdienstes für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (**AID**)

Adresse: aid-Vertrieb, Birkenmaarstr.8 , D-53340 Meckenheim

Tel. 02225-926146 u. 926176 , [www.aid.de](http://www.aid.de)

Auch über die **Verbraucherzentralen** sind gute Informationen erhältlich