

Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

Kreative Ideen und Konzepte inkl. fertig ausgearbeiteter Materialien und Kopiervorlagen für einen lehrplangemäßen und innovativen Unterricht

Thema: Sozialkunde/Politik, Ausgabe: 22

Titel: Jugendliche Konsumenten (27 S.)

Produkthinweis

Dieser Beitrag ist Teil einer Print-Ausgabe aus dem Programm „Kreative Ideenbörse Sekundarstufe“ des OLZOG Verlags. Den Verweis auf die Original-quelle finden Sie in der Fußzeile des Beitrags.

▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

Seit über 10 Jahren entwickelt der OLZOG Verlag zusammen mit erfahrenen Pädagoginnen und Pädagogen kreative Ideen und Konzepte inkl. sofort einsetzbarer Unterrichtsverläufe und Materialien.

▶ Die Print-Ausgaben der „Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe“ können Sie auch bequem und regelmäßig per Post im [Jahresabo](#) beziehen.

Piktogramme

In den Beiträgen werden – je nach Fachbereich und Thema – unterschiedliche Piktogramme verwendet.

▶ Die Übersicht der verwendeten Piktogramme finden Sie [hier](#).

Nutzungsbedingungen

Die Arbeitsmaterialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, in Klassensatzstärke für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien zu ziehen, bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Arbeitsmaterialien ist unzulässig.

▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: service@olzog.de

📮 Post: OLZOG Verlag | c/o Rhenus Medien Logistik GmbH & Co. KG
Justus-von-Liebig-Str. 1 | 86899 Landsberg

☎ Tel.: +49 (0)8191/97 000 220 | 📠 Fax: +49 (0)8191/97 000 220
www.olzog.de | www.edidact.de

5.17 Jugendliche Konsumenten – zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Jonica Eichemeyer

Kompetenzen und Unterrichtsinhalte:

Die Schüler sollen

- ◆ verschiedene Kategorien menschlicher Bedürfnisse unterscheiden und diese hierarchisieren,
- ◆ das Ausmaß der heutigen Konsumkultur in Beispielen beschreiben,
- ◆ Vor- und Nachteile sowie mögliche Gefahren verschiedener Formen des Umgangs mit Geld reflektieren,
- ◆ Stilmittel der Werbung kennen und anwenden können,
- ◆ die rechtlichen Rahmenbedingungen für einen jugendlichen Konsumenten kennen,
- ◆ erfahren, wie viel Taschengeld ein durchschnittlicher deutscher Jugendlicher zur Verfügung hat und wofür es primär ausgegeben wird,
- ◆ Möglichkeiten zur Schuldenvermeidung kennenlernen,
- ◆ wissen, welche Einnahmen und Ausgaben ein Student hat,
- ◆ reflektieren, was sie tatsächlich zum Leben brauchen und dies in Zusammenhang mit den Luxusgütern bringen, die sie besitzen,
- ◆ erkennen, dass sie eine wichtige Zielgruppe für Unternehmen sind,
- ◆ sich möglicher Gefahren von Werbung bewusst werden.

| Didaktisch-methodischer Ablauf | Inhalte und Materialien (M) |
|--|--|
| <p>I. Konsumbedürfnisse kritisch betrachtet</p> <p>Der Tafelanschrieb „Ich kann nicht leben ohne ...“ soll von den Schülern auf Papierstreifen zu einem Satz vervollständigt werden. Die Schülerennungen werden im Plenum kategorisiert und gemäß ihrer Wichtigkeit geordnet. Dabei bietet sich eine (grobe) Orientierung an der Maslow’schen Bedürfnispyramide an.</p> <p>Der Ursprung der verschiedenen Konsumbedürfnisse wird anschließend erarbeitet und diskutiert. Eine Statistik informiert über die Anzahl an Handys weltweit – gemessen an den abgeschlossenen Mobilfunkverträgen. Die Schüler sollen die dargestellte Entwicklung beschreiben und bewerten.</p> <p>Das Ausmaß des Handykonsums kann durch eine Rechenaufgabe eindrucksvoll verdeutlicht werden.</p> | <p>→ „Ich kann nicht leben ohne ...“/M1 (Vorlage)</p> <p>→ Lösungsvorschläge/M2</p> <p>→ Woher kommen unsere Konsumbedürfnisse?/M2 (Tafelanschrieb)</p> <p>→ Wie viele Handys gibt es auf der Welt?/M3 (Statistik)</p> <p>→ Eine kleine Rechenaufgabe .../M3 (Arbeitsauftrag)</p> <p>→ Lösung: 38.990 km</p> |

5.17

Jugendliche Konsumenten

Teil 5: Wirtschaft

| | |
|---|--|
| <p>In einer Diskussionsphase sollen die Schüler dann eruieren, woher unser Bedürfnis nach immer mehr Luxusgütern kommt. Dazu füllen sie die zunächst leere Sprechblase in einer Karikatur.</p> <p>Konfrontiert mit der Auflösung, gehen die Schüler schließlich der Frage nach, ob Konsum glücklich macht.</p> | <p>→ „Warum weinst du denn, mein Kleiner?“ (Karikatur)/M4</p> |
| <p>II. Was soll ich mit meinem Geld machen?</p> <p>Was kann/soll man machen, wenn man 100 Euro geschenkt bekommen hat? – In „Expertengruppen“ beschäftigen sich die Schüler mit unterschiedlichen Möglichkeiten, wobei jeweils Vor- und Nachteile thematisiert werden.</p> <p>Nach der Präsentation der einzelnen Experten- gruppen bearbeitet jeder Schüler das Arbeitsblatt und trifft abschließend für sich selbst eine Entscheidung, die auch schriftlich begründet wird.</p> | <p>→ Was soll ich mit meinem Geld machen?/M5a bis c (Arbeitsanweisungen für die Experten- gruppen)</p> <p>→ Mit 100 Euro könnte ich .../M6a und b (Arbeitsblatt)</p> |
| <p>III. Kinder und Jugendliche als Zielgruppe der Werbung</p> <p>Anhand eines Filmbeitrages erarbeiten die Schüler die Begriffe „Geschäftsfähigkeit“ und „Taschengeldparagraf“.</p> <p>Nun sollen die Schüler (ggf. anonym) dokumentieren, wie viel Taschengeld sie zur Verfügung haben und wofür sie es primär ausgeben.</p> <p>Mithilfe zweier Statistiken kann jeder Schüler für sich bzw. die Klasse gemeinsam einschätzen, ob sein/ihr Konsumverhalten repräsentativ ist.</p> <p>Ein weiterer Filmbeitrag verdeutlicht, wie attraktiv jugendliche Konsumenten für Unternehmen sind.</p> | <p>→ Der Taschengeldparagraf/M7 (Arbeitsblatt)</p> <p>→ Umfrage zum Thema „Taschengeld“/ M8 (Arbeitsblatt)</p> <p>Lösung zu Arbeitsauftrag 3: Die 6-19-Jährigen in Deutschland haben Schätzungen der Firma iconkids & youth zufolge im Jahr 2012 über 20 Milliarden Euro zur Verfügung.</p> <p>→ Monatliche Ausgaben jugendlicher Konsumenten/M9 (Statistik)</p> <p>→ Wofür geben Jugendliche ihr Geld aus?/M9 (Statistik)</p> <p>→ Beobachtungsauftrag zum Film „Made in Germany“/M8 (Arbeitsblatt)</p> |

IV. Die Tricks der Werbung

Als Einstieg bietet sich ein Experiment an: Mehrere Schüler kosten mit verbundenen Augen verschiedene Cola-Sorten (z.B. Coca Cola, Pepsi Cola, diverse Billig-Colas) und bewerten jeweils den Geschmack (Ranking).

Das Experiment wird mit offenen Augen wiederholt, wobei die Reihenfolge der Gläser verändert wird.

Es ist zu erwarten, dass sich das Gesamt-Ranking im zweiten Durchgang zugunsten der Marken-Colas verschiebt. Fazit: Werbung wirkt, das Markenimage beeinflusst das Urteil über ein Produkt.

Ausgehend vom Cola-Experiment wird nun im Unterrichtsgespräch zusammengetragen (und in einem Tafelanschrieb festgehalten), wie und wo überall uns Werbung begegnet.

Nach Schätzungen wirken täglich etwa 1.200 Werbebotschaften auf uns ein, wobei nur wenige in unserem Gedächtnis bleiben. Die Werbemacher müssen also strategisch vorgehen. Ein bekanntes Modell ist hierbei die AIDA-Formel, mit der der Tafelanschrieb ergänzt werden kann.

Anhand eines Übersichtsblattes werden die Schüler nun mit konkreten Werbestilmitteln konfrontiert, welche sie arbeitsteilig in vorgegebenen Werbeanzeigen finden sollen (Gruppenarbeit).

Um zu erörtern, inwieweit Werbung nicht nur übertreibt, sondern sogar bewusst lügt, dient im Anschluss ein kritischer Text.

Zur Vertiefung kann eine Erörterungsaufgabe gestellt werden, in der die Schüler Vor- und Nachteile des Verbotes von Kinderwerbung diskutieren.

→ **Wie und wo uns Werbung begegnet/M10 (Tafelanschrieb)**

→ **Die AIDA-Formel/M10 (Schema)**

→ **Werbetechniken/M11 (Übersicht)**

→ **Analyse von Werbeplakaten/M12a und b (Arbeitsblätter)**

→ **Alles Schwindel?/M13 (Arbeitsblatt)**

V. Jung und „in der Kreide“

Als Einstieg in dieses Kapitel könnte den Schülern ein fingierter Vertrag ausgehändigt werden, den sie rasch und unter Zeitdruck unterschreiben sollen. Der Vertrag sieht im Kleingedruckten vor, dass ein bestimmter

→ **Einwilligung/M14 (fingierter Vertrag)**

5.17

Jugendliche Konsumenten

Teil 5: Wirtschaft

| | |
|---|--|
| <p>Anteil des Taschengeldes auf das Konto der Schü­ler­ver­tre­tung über­wie­sen wer­den soll.</p> <p>Die Schü­ler sol­len hier­bei ler­nen, Ver­träge kri­tisch zu le­sen und nie­mals un­ter Zeit­druck zu un­ter­schrei­ben: Das vor­eilige, gut­gläu­bige Leis­ten der Un­ter­schrift ist ein Grund da­für, dass Men­schen in die Schul­den­falle ge­ra­ten.</p> <p>In einem Brain­storming sol­len die Schü­ler nun wei­tere mög­liche Grün­de für Ver­schul­dung nen­nen.</p> <p>Danach wird ein Text ge­le­sen, der das (fik­tive) Fall­beis­piel einer jun­gen Frau vor­stellt.</p> <p>In einer an­schlie­ßen­den Grup­pen­ar­beits­phase sol­len sich die Schü­ler in die Rol­le des Schul­ner­bera­ters Peter Zwegat hin­ein­ver­set­zen und sys­te­ma­tisch fest­hal­ten, wie Men­schen in die Schul­den­falle ge­ra­ten – und wie man dies ver­hin­dern kann.</p> <p>Ideal wäre, wenn sich im An­schluss an diese Un­ter­richts­stun­de ein Schul­ner­bera­ter für ei­nen Ex­per­ten­vor­trag in der Klasse ge­win­nen lie­ße. Die Schü­ler könn­en dazu im Vor­feld Fra­gen sam­meln. Kosten­lose Schul­be­su­che wer­den bei­spie­ls­wei­se von an­ssässi­gen Caritas­ver­bän­den an­ge­bo­ten.</p> | <p>→ Jung und pleite/M15 (Verfassertext)</p> <p>→ Wie bleibt man schuldenfrei?/M16 (Arbeitsaufträge)</p> <p>→ Lösungsvorschläge/M16</p> |
| <p>VI. Der Haushaltsplan eines Studenten</p> <p>Anhand der durch­schnitt­li­chen Aus­ga­ben ei­nes Stu­den­ten sol­len die Schü­ler er­ken­nen, dass es eventuel­l Pha­sen monetä­rer Eng­pä­sse in ih­rem Le­ben ge­ben wird und dass die Er­stel­lung ei­nes Haus­halts­planes, ver­bun­den mit der Koor­di­na­tion der Aus­ga­ben, von Vor­teil sein kann. Zu­nächst sol­len die Schü­ler mög­liche Aus­ga­ben­pos­ten be­nen­nen, die dann ggf. von der Lehr­kraft er­gänzt wer­den. Da­nach nennt die Lehr­kraft das durch­schnitt­liche „Ein­kom­men“ ei­nes Stu­den­ten (siehe Lösungs­vor­schlä­ge), das die Schü­ler auf die ein­zel­nen Aus­ga­ben­pos­ten ver­tei­len. In einer an­schlie­ßen­den Dis­kus­sion sol­len die Schü­ler zu ei­nem ei­ge­nen Fa­zit kom­men.</p> | <p>→ Der Haushaltsplan eines Studenten/M17 (Arbeitsblatt)</p> <p>→ Lösungsvorschläge/M17</p> |