

Jugendliche als Wirtschaftsfaktor**2.12****Vorüberlegungen****Lernziele:**

- Die Schüler sollen erkennen, dass sie als Jugendliche selbst wirtschaften müssen.
- Sie sollen sich als Wirtschaftsfaktor im gesamten Wirtschaftsprozess erkennen.
- Sie sollen ihre Rolle als Wirtschaftsfaktor herausarbeiten.
- Sie sollen ihr Konsumverhalten reflektieren.
- Sie sollen Tabellen und Statistiken auswerten.

Anmerkungen zum Thema (Sachanalyse):

Jugendliche geben im Jahr ca. 9 Millionen Euro aus. Sie sind damit ein **bedeutender Wirtschaftsfaktor** in unserem Wirtschaftsgeschehen. Diese Ausgaben bestreiten die Jugendlichen nicht nur durch ihr **Taschengeld**, sondern durch weitere Einnahmen, die sie durch **Jobs** erarbeiten.

Neben diesen direkten eigenen Ausgaben wirken Jugendliche allerdings in weit größerem Ausmaß indirekt am Kaufgeschehen mit. Sie beeinflussen die **Kaufentscheidungen der Eltern** in nicht unerheblichem Maß.

Aus diesen beiden Ansätzen heraus ist die Gruppe der Jugendlichen für die Wirtschaft ein bedeutender Faktor. Dementsprechend wird sie umworben. Man versucht auf allen Wegen deren Konsumverhalten zu beeinflussen. Dies geschieht über direkte Ansprache oder gezielte **Werbung**. Hier spielen Jugendliche und ihr Umfeld eine bedeutende Rolle. Man verfolge nur einmal die Werbeeinspielungen im Fernsehen. Beginnend vom Kind bis hin zum Herangewachsenen sind Kinder und Jugendliche in ihren Wünschen, Sehnsüchten, Neigungen und Träumen erfasst und in Werbung verpackt. Dabei spielt in jüngster Zeit das Generationenverhältnis eine positive Rolle. Vater und Sohn benutzen die gleiche Jeans, fahren in unterschiedlichen Lebensabschnitten das gleiche Auto, bis hin zur Aufforderung durch ein Kleinkind auf Werbeplakaten der Banken, doch schon jetzt an den zukünftigen Hausbau zu denken.

Jugendliche sind Konsumenten und Verbraucher, manchmal sehr kritisch, manchmal aber auch gutgläubig und schnell verführbar. Dies macht es notwendig, die Rolle als Verbraucher und Konsument zu überdenken. **Konsumerziehung** wird wichtig, Konsumverhalten muss reflektiert werden.

Menschen müssen konsumieren. Dies ist selbstverständlich, solange konsumieren bedeutet, sich zu ernähren, sich zu versorgen, die Existenz zu sichern. Die Problematik beginnt dort, wo über die eigentlichen Lebensnotwendigkeiten hinaus „konsumiert“ wird. Dann lässt sich kritisch hinterfragen, ob diese oder jene Anschaffung wirklich sinnvoll, ja notwendig ist. Erst dann wird das eigene Konsumverhalten reflektiert und man beginnt zu begreifen, was zum Kauf geführt hat, sieht, welchen Werbestrategien man unterlegen ist, sucht nach Hilfestellungen und Alternativen. Problematisch wird das Verhalten dann, wenn Konsum zum **Zwang** wird. „Man gönnt sich ja sonst nichts“ – dieser zunächst werbewirksame Slogan offenbart auf den näheren Blick eine Werbestrategie, die auf Entschuldigung, Verdrängung, Verharmlosung, Beruhigung abzielt. Der im relativen Wohlstand lebende Bürger – was eigentlich gönnt er sich nicht? Nicht enthalten ist in solchen Sprüchen bewusster Verzicht, Zurückhaltung, kritisches Abwägen, vernunftvolle Einsicht – alle solche Verhaltensweisen und „Tugenden“, die in unserer wirtschaftswohlstands- und konsumorientierten Gesellschaft werbetechnisch an den Rand gedrückt werden.

Das Konsumverhalten von Jugendlichen aufzudecken, das heißt somit zugleich, sie zu **kritischen selbstbewussten Konsumenten** zu machen.

Vorüberlegungen

Didaktisch-methodische Reflexionen:

Zunächst muss deutlich werden, dass Konsum lebensnotwendig ist und das Konsumieren ein Teilbereich des allgemeinen Wirtschaftens ist. Das Konsumverhalten wird im ersten Unterrichtsschritt aufgezeigt und reflektiert.

Danach wird auf den Jugendlichen direkt übergegangen. Jugendliches Konsumverhalten wird hinterfragt. Es soll deutlich werden, dass jeder von uns, und Jugendliche insbesondere, dem **Konsumdruck** ausgesetzt ist, durch gezielte und geschickte Werbung zusätzlich unterstützt. Das eigene Konsumverhalten wird hinterfragt und reflektiert.

In einem weiteren Schritt steht der Jugendliche als **Verbraucher** im Mittelpunkt. Er ist Zielobjekt für Werbemaßnahmen. Über diese muss er sich im Klaren sein. Wo ist er ihnen ausgesetzt? Wie reagiert er darauf?

Im abschließenden Schritt wird ein **Angebot** gemacht. Ein Nachdenken über vernünftiges Konsumieren und verantwortungsvolles Verzichten rundet die Einheit ab.

Die einzelnen Unterrichtsschritte im Überblick:

1. Schritt: Konsumverhalten in Deutschland
2. Schritt: Konsumverhalten Jugendlicher
3. Schritt: Der Jugendliche als Verbraucher
4. Schritt: Werbung spricht mich an
5. Schritt: Konsumerziehung

VORSCHAU

Jugendliche als Wirtschaftsfaktor

2.12

Unterrichtsplanung

1. Schritt: Konsumverhalten in Deutschland

Lernziele:

- Die Schüler sollen wissen, was der Begriff „Konsum“ bedeutet.
- Sie sollen das Konsumverhalten kennen lernen.
- Sie sollen das Konsumverhalten in Deutschland anhand einer Statistik analysieren.

Einstieg:

Impuls an der Tafel:

Konsum =

Die Schüler versuchen den Begriff zu erklären. Die Lehrkraft notiert Vorschläge an der *Seitentafel*: z.B. Kaufen, Verbrauchen, Lebensmittel, Waren kaufen usw.

Eventuell schlagen die Schüler den Begriff in einem **Lexikon** nach. Die dortigen Erklärungen können auf **Wortkarten** herausgeschrieben werden. Die Wortkarten werden an die Tafel gehängt.

Die Lehrkraft ergänzt die **Tafelzeile**:

Konsum = Verbrauch von Gütern und Dienstleistungen zur Befriedigung privater Bedürfnisse

Freies *Unterrichtsgespräch* über die einzelnen Bestandteile.

- Verbrauch von Gütern
- Verbrauch von Dienstleistungen
- Befriedigung privater Bedürfnisse

Gruppenarbeit (3 Gruppen):

Die Schüler suchen zu den genannten Aspekten **konkrete Beispiele**. Die Beispiele werden besprochen und gegebenenfalls einige an der Tafel festgehalten.

Bearbeitung:

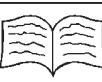
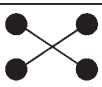
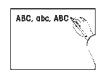
Anschließend verteilt die Lehrkraft das **Arbeitsblatt** „Konsumverhalten in Deutschland 1998“ (vgl. **Texte und Materialien M 1**). Das Arbeitsblatt wird gemeinsam besprochen.

1. Möglichkeit:

Die Prozentzahlen werden in eine Kreisdarstellung umgeformt.

2. Möglichkeit:

Nach den Prozentzahlen wird eine Rangfolge ermittelt.



2.12

Jugendliche als Wirtschaftsfaktor

Unterrichtsplanung

3. Möglichkeit:

Anhand des Verdienstes eines durchschnittlichen Haushalts werden die konkreten Werte berechnet (1998: 5800,- DM ausgabefähiges Einkommen im Monat; ca. 2900,- Euro als Berechnungsgrundlage).



Berechnungsgrundlage 2900,- Euro

75 %	<i>privater Verbrauch</i>	<i>ca. 2175,- Euro</i>
13,7 %	<i>Ersparnisse</i>	<i>ca. 397,- Euro</i>
11,3 %	<i>Sonstige Ausgaben</i>	<i>ca. 327,- Euro</i>

Ausgangsbetrag für die Berechnung des privaten Verbrauchs: 2175,- Euro

Berechnung der Euro-Beträge anhand der Prozentverteilung.

Eintrag in **Arbeitsblatt M 1**.

Vertiefung:

Reflektierendes *Unterrichtsgespräch* anhand der einzelnen Beträge unter dem Aspekt der Einsparung.

Hausaufgabe:

Berechnet anhand der Prozentangaben gemeinsam mit den Eltern die eigenen Ausgaben.

Didaktische-methodischer Kommentar:

Die Ergebnisse der Hausaufgabe müssen nicht in den Unterricht eingebracht werden. Die Hausaufgabe soll nur zur gemeinsamen Reflexion über Ausgaben im Familienalltag Anlass bieten.

Die **Umformung** in Kreisdiagramme, Säulendiagramme, Rangfolgen und konkrete Geldbeträge dient der **Veranschaulichung**. Die Prozentzahlen selbst sind zwar schon aussagekräftig, aber je jünger die Schüler sind, um so mehr bedürfen sie der Konkretisierung.

Anmerkung:

Über die jüngste Entwicklung in Deutschland liegt noch wenig Zahlenmaterial vor. Die Lehrkraft sollte jedoch versuchen, in den jeweiligen laufenden Veröffentlichungen geeignetes statistisches Zahlenmaterial heranzuziehen. So ist der Verweis auf die eingeschränkte Gültigkeit des Zahlenmaterials auch für die Schüler notwendig.

2.12

Jugendliche als Wirtschaftsfaktor

Unterrichtsplanung

Einstieg:

Die Lehrkraft liest aus dem **Arbeitsblatt** „*Erziehungslexikon: Konsumverhalten*“ (vgl. **Texte und Materialien M 10**) die Absätze 2, 3, 4 und 5 vor. Die Schüler nehmen dazu Stellung und ergänzen durch eigene Beispiele.

Impuls: Überlegt, was ihr in solchen Fällen unternehmen könntet.

Sammeln der Vorschläge an der *Tafel*.

Bearbeitung:

Die Lehrkraft teilt das **Arbeitsblatt M 10** an die Schüler aus. Die Schüler lesen in Einzelarbeit den Text.

Anschließend wird der Text in *Partnerarbeit* bearbeitet.

Arbeitsauftrag:

Besprecht den Text und schreibt die Erklärungen und Ratschläge heraus, die das Erziehungslexikon den Eltern gibt.

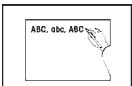
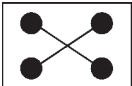
Zusammentragen der *Ergebnisse* an der *Tafel*.

Tafelanschrift:**Begründungen für falsches Konsumverhalten von Kindern**

- *Kinder haben keine Orientierung im Konsumverhalten*
- *Die Einstellung der Eltern zum Geld überträgt sich auf die Kinder*
- *Richtiges Verhalten muss vorgelebt werden*
- *Kauf als Ersatzhandlung*
- *Beim Kaufen „mitmischen“ wollen*
- *Freunde „kaufen“*

Ratschläge

- *Taschengeld tageweise auszahlen*
- *Sparziele setzen*
- *Abmachungen treffen*
- *Sinnvolle Ziele setzen*
- *Zuschlag bei sinnvollen Käufen*
- *Gutscheine statt Geld*
- *Weniger Geld, mehr gemeinsames Erleben.*
- *Finanzielle Anerkennung (in angemessenem Verhältnis)*
- *Lohn für Arbeit (in angemessenem Verhältnis)*
- *Keine Belohnung für Selbstverständlichkeiten*
- *Aufbau von Selbstbewusstsein und Verzicht*



Jugendliche als Wirtschaftsfaktor	2.12
Texte und Materialien	M 1

Konsumverhalten in Deutschland 1998

Verteilung des Einkommens eines durchschnittlichen Vier-Personen-Haushalts im früheren Bundesgebiet (neuere Zahlen noch nicht greifbar).

75 %	privater Verbrauch
13,7 %	Ersparnisse
11,3 %	Sonstige Ausgaben (Versicherungsbeiträge, Unterhaltszahlungen, Geldgeschenke, Vereinsbeiträge, Zinsen, Baudarlehen u.a.)

Verbrauch in der Übersicht

Verkehr, Nachrichtenübermittlung	17,2 %
Gesundheit, Körperpflege	4,6 %
Möbel, Haushaltsgeräte	5,8 %
Energie (ohne Kraftstoff)	4,8 %
Wohnungsmiete u.Ä.	25,4 %
Bekleidung, Schuhe	5,2 %
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	20,4 %
Persönliche Ausstattung, Reisen u.a.	3,6 %
Bildung, Unterhaltung, Freizeit	11,5 %

Davon der Anteil der Nahrungsmittel

Getränke, Tabakwaren	19,5 %
Andere Nahrungsmittel	10,1 %
Zucker, Süßwaren, Marmelade	6,7 %
Brot und andere Backwaren	10,4 %
Kartoffeln, Gemüse	4,7 %
Obst	4,4 %
Milch, Käse, Eier, Speisefette, Speiseöl	11,6 %
Fleisch, Fisch	17,1 %
Verzehr außer Haus	15,2 %

Tatsächliche Euro-Beträge Grundlage 2900,- Euro

(Quelle: Verbraucherministerium Juni 2000)

2.12	Jugendliche als Wirtschaftsfaktor
M 4	Texte und Materialien

Befragung zum Taschengeld

1. Wie viel Taschengeld erhältst du monatlich regelmäßig?

2. Wodurch besserst du dein Taschengeld auf?

3. Wofür verwendest du dein Taschengeld? Gib drei Beispiele an!

4. Kreuze an, wofür du bei der nachstehenden Auswahl das meiste Taschengeld ausgibst!

- Kleidung
- Musik-CDs; Musikkassetten
- Essen
- Getränke
- Handy
- Sparen

Jugendliche als Wirtschaftsfaktor	2.12
Texte und Materialien	M 6
Jugendliche als Verbraucher	
Ausgaben durch Jugendliche im Jahr ca. 9 Millionen Euro.	
Beispiel: _____	
Jugendliche als Kontoinhaber.	
Beispiel: _____	
Jugendliche als Kreditkunden von morgen.	
Beispiel: _____	
Jugendliche kaufen selbst ein.	
Beispiel: _____	
Jugendliche beraten die Eltern bei Kaufentscheidungen.	
Beispiel: _____	
Jugendliche lernen frühzeitig zu konsumieren.	
Beispiel: _____	
Jugendliche bleiben auch als erwachsene Käufer bei einmal gewählten Marken.	
Beispiel: _____	
Jugendliche stehen unter besonderem kommerziellem Druck.	
Beispiel: _____	
Jugendliche jobben um mithalten zu können.	
Beispiel: _____	
Jugendliche kaufen „trendmäßig“.	
Beispiel: _____	
Jugendliche hängen an Markenlabels.	
Beispiel: _____	

Jugendliche als Wirtschaftsfaktor	2.12
Texte und Materialien	M 10₍₁₎

Erziehunglexikon: Konsumverhalten

Auch vernünftiges Verbraucherverhalten muss gelernt sein. Ein Kind braucht dringend Orientierung – wenn es mit acht Jahren so verbissen auf den Lego-Jeep spart, dass es die ganze Familie mit seiner Pfennigfuchserie nervt, und nach dem Kauf des ersehnten Spielzeugs sofort das nächste teure Ziel ins Auge fasst;

wenn es auch mit neun sein Taschengeld grundsätzlich sofort in Süßigkeiten umsetzt;

wenn es mit zehn Jahren von fünf Mark Taschengeld pro Woche nicht mal eine Mark für eine Rose zu Mamas Geburtstag übrig hat;

wenn es zu stehlen beginnt, weil es Freunde beschenken will.

Immer gilt: Stempeln Sie Ihr Kind nicht ab. Statt es entweder als Geizkragen oder als Verschwender zu brandmarken, prüfen Sie besser zuerst Ihre Erziehungsziele und Ihre eigene Einstellung zum Geld.

Was wir unseren Kindern nicht vorleben, können wir von ihnen auch nicht verlangen. Wer merkt, dass das vermeintliche Geldproblem des Kindes nur ein Spiegelbild des eigenen ist, muss zunächst sein eigenes Verhalten überdenken. Und an sich arbeiten, um glaubwürdig erziehen zu können.

Und so hilft man seinem Kind:

Einem kleinen Verschwender, der stets pleite ist, können Sie anbieten, das Taschengeld vorübergehend tageweise auszuzahlen. Oder ihm attraktive kleine Sparziele setzen und eine Abmachung treffen, dass Sie wöchentlich einen Teil des Taschengelds einbehalten, bis die gewünschte Summe erreicht ist.

Gibt ein Acht- oder Neunjähriger sein Geld planlos aus, hilft der „Kulturzuschlag“, das Augenmerk des kleinen Konsumenten auf sinnvollere Ziele zu lenken. Geben Sie bei bestimmten Käufen – gute Bücher, qualitativ hochwertiges Spielzeug, Sportgeräte – einen Zuschuss von fünfzig Prozent. Die wenigsten Kinder lassen sich die Chance entgehen, die Kaufkraft ihres Taschengelds zu verdoppeln.

Geizt ein Kind mit jedem Pfennig, um sich dann teure Spielsachen leisten zu können, sind seine Käufe oft Ersatzhandlungen: Es tut sich etwas Gutes, weil es sich im Alltag zu kurz gekommen fühlt. Lenken Sie in solchen Fällen das Interesse auf gemeinsame Unternehmungen. Schlagen Sie beispielsweise vor, statt der üblichen vier Mark pro Woche nur zwei auszuzahlen und dafür einen Kinobesuch zu spendieren. Schenken Sie zum Geburtstag statt Geld oder Spielzeug Gutscheine für gemeinsame Erlebnisse: Schwimmbadbesuche, Spielnachmittage, ein Fußballspiel oder eine Zirkusvorstellung.

Dass Kinder zwischen acht und zehn oft zu Raffzähnen werden, die am liebsten jede Leistung in klingende Münze umsetzen würden, hat vor allem einen Grund: Sie beginnen, den Kreislauf aus Arbeit und Lohn zu durchschauen und möchten mitmischen. Grundsätzlich spricht nichts dagegen, für gute Noten eine finanzielle Anerkennung zu zahlen. Das gilt auch, wenn Kinder außergewöhnliche Aufgaben wie Auto waschen oder Rasenmähen übernehmen. Schließlich sind wir Erwachsenen auch stärker motiviert, wenn gute Leistungen belohnt werden. Allerdings muss die finanzielle Anerkennung in angemessenem Verhältnis zum Taschengeld stehen. Selbstverständliche Handgriffe im Haushalt wie Abspülen, Einkaufen, Aufräumen, Tischdecken sollten auf keinen Fall entlohnt werden.