



Taschengeld Management
Spielen = Training für den Alltag!

AUSGABEN

KONSUM/WERBUNG

EINNAHMEN

FINANZSTATUS/BUDGET

FINANZEN SPIELEND LERNEN

Lehrkraft

Sekundarstufe I

TASCHENGELD
MANAGEMENT

P2024M1000M

1.000

Spielen =
Training für den Alltag!

KONSUM/WERBUNG
HEFT FÜR DIE LEHRKRAFT

© 2024 Walter Berger

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Konsum/Werbung- Alltagskompetenzen erfahrbar machen

*Wofür gebe ich Geld aus? Was ist mir beim Kauf eines Produktes wichtig? Kaufe ich spontan oder geplant? Wie bezahle ich? Wie funktioniert Werbung? Was ist die Story, die Botschaft? Kann ich als Schüler*in (SuS) alles kaufen was ich möchte? Welche Informationen gebe ich von mir im Internet preis?*

In einer informationsüberfluteten und konsumorientierten Umwelt sollte man das eigene Kaufverhalten und die Antriebe von innen (Wunsch) und von außen (Werbung,

Gruppe) erkennen um besser ökonomisch sinnvolle und selbstbestimmte Konsumententscheidungen treffen zu können.

Das vorliegende Unterrichtsmaterial soll Ihnen Anregungen geben und Sie dabei unterstützen, einen alltagsnahen, altersgerechten und nachhaltigen Unterricht (90 Min) zum Themenbereich Konsum / Werbung im Rahmen finanzieller Grundbildung für das tägliche Leben durchzuführen.

Zum Arbeiten mit dem Unterrichtsmaterial

Das vorliegende Unterrichtsmaterial (PDF) zum Themenbereich *Konsum und Werbung* besteht aus einem Heft für die Lehrkraft und einem Arbeitsheft für die Schüler*innen (SuS). Wir hoffen, dass auch Ihnen das praxiserprobte Lernkonzept bei der Durchführung eines anschaulichen Unterrichts über (90 Min. / 2UE) hilfreich sein wird und Sie viele anschauliche und hilfreiche Anregungen finden.

Zur Orientierung und zum schnellen Einstieg wurde ein *Inhaltsverzeichnis* erstellt, das mit den einzelnen Kapiteln verlinkt (PDF) ist.

Zu den einzelnen Unterrichtssequenzen wird eine mögliche *detaillierte Planung des Unterrichts* vorgeschlagen (Seite 9). Inhalte und Arbeitsanregungen werden dabei den klassischen Unterrichtsphasen zugeordnet und Vorschläge für die methodische Umsetzung gegeben.

Im *Arbeitsheft* erarbeiten die SuS in verschiedenen Aufgabenstellungen alltagsrelevante Fragestellungen zum Themenbereich Konsum und Werbung, die einen konkreten Bezug zur Situation der SuS und ihrem Alltag haben. Einzelne Aufgaben wurden so gestaltet, dass sie auch als vorbereitende Hausaufgabe für einen späteren Unterricht eingesetzt werden können (flipped learning).

Praktische Tipps zur *Vor- und Nachbereitung* sollen bei der Durchführung, einer Vertiefung, der Klärung von Fragen und einer Reflektion der aktuellen Situation der Lernenden erleichtern. Der *Fragebogen zur Evaluierung* kann dabei helfen, den Workshop zu verbessern, Erfahrungen zu dokumentieren und eine Qualitätssicherung zu ermöglichen.

Tip: Bitte nicht vergessen, *Ziel ist die Förderung, Sensibilisierung und Steigerung alltagsrelevanter Finanz-Kompetenz in einem Rahmen des ‚Erlebens‘ der wirtschaftlichen Herausforderungen eines Privathaushaltes*. 90 Minuten sind schnell vorbei und Detailfragen können sich schnell zu Zeitfressern entwickeln! Die Lehrkraft ist im Workshop besonders in einer moderierender Funktion gefragt; also Rahmen, Aufgabenstellung, Kontext und Ziel erklären und Lösungen durch die SuS erarbeiten lassen. Während der Erarbeitung unterstützen, Fragen stellen und klären, eine offene Kommunikation fördern und zur Erarbeitung von eigenständigen Lösungen motivieren.

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Inhalt

Konsum/Werbung - Alltagskompetenzen erfahrbar machen 2

Einführung 4

Vorbereitung 7

Konsum und Werbung

Mögliche Planung des Unterrichts - Unterrichtsziel 9

Alltagsnahe Kompetenzen 10

Definition Verbraucher - *Wer ist ein Konsument?* 10

B1 Ausgabeverhalten 11

B2 Werbebotschaften hinterfragen 12

B3.1 Taschengeldparagraph - Was SuS wissen sollten 13

B3.2 Was sind Cookies oder Tracking-Cookies? 14

B3.3 Mal so richtig shoppen gehen - Einkaufsliste 15

Nachbereitung 17

Evaluation 18

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Einführung

Ziele finanzieller Grundbildung - *das Ideal konkret*

Das hohe Ideal und die **Ziele finanzieller Grundbildung** sind: *selbstbestimmt, kompetent, sinnvoll und nachhaltig mit den privaten Finanzen haushalten zu können*. Dabei wird ein nachhaltiger Lernerfolg nicht so sehr durch Vermittlung von Informationen erreicht, sondern durch Anleiten und Erleben lassen, durch Konfrontieren mit wirtschaftlichen Alltagssituationen, durch Vormachen, wie es gehen kann und was vermieden werden sollte, und durch einen realitätsnahen Bezug zur Situation der Lernenden. In der vorliegenden Lernunterlage finden nachfolgende didaktische Überlegungen besondere Berücksichtigung:

- Lernumfeld und Spielszenario ist die aktuelle Situation der SuS und die eines privaten Singlehaushaltes, um typische Anforderungen und Problemfelder erleben und lösen zu lassen
- Nützliches Verhalten vermitteln - helfen es selbst zu tun; Richtung zeigen, wie es gelingen und funktionieren kann!
- Lehrkraft outet sich in diesem Themenumfeld als ständig Lernende/r, teilt eigene Erfahrungen und Fehler, ist ehrlich und konstruktiv
- Unterricht ist auch als Ventil für Sorgen in der Familie - zuhören, verstehen, respektieren

Alltagsrelevante Kompetenzen - *Lernen für das Leben*

Nachfolgende lebensnahe und alltagsrelevante Kompetenzen zum Themenbereich Konsum/Werbung sollen gefördert und sensibilisiert werden:

- Bewusstsein für das eigene Ausgabeverhalten und Markenbewusstsein
- Werbebotschaften hinterfragen und einordnen
- Wirtschaftliche rechtliche Einordnung Taschengeldparagraph
- Kenntnis von Cookies, Tracking-Cookies bei Internetkäufen
- Erstellen einer Einkaufsliste
- Ökonomische Grundbildung für den Alltag für eine selbstbestimmte und nachhaltige Lebensgestaltung
- Förderung und Sensibilisierung von Verbraucherkompetenz

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Altersgerecht Lernen - Sensibilitäten nutzen, Lernerfolge erhöhen

Der Lernkontext und die Aufgabenstellungen zum Themenbereich Konsum und Werbung sind auf die Sensibilitäten der Entwicklungsphase der Lernenden abgestimmt (12-18 Jahre, Pubertät/Adoleszenz), um die Bereitschaft und Offenheit zum Erwerb relevanter Kompetenzen zur finanziellen Grundbildung zu erhöhen. Zu diesen Sensibilitäten gehören*:

- Freiheit und Ordnung
- Selbstorganisation und Selbstverwaltung
- wirtschaftliche Unabhängigkeit
- Lernen aus Erfahrungen
- Zurechtfinden in der Erwachsenenwelt
- eine eigene Meinung haben
- Interesse an der Gesellschaft

* Quelle: Schäfer, Erziehung und Bildung von Kindern und jungen Menschen im Alter von 1 bis 18 Jahren nach Prinzipien der Montessori-Pädagogik, 2009

Nachhaltig handeln - unsere Zukunft gestalten wir heute

Der Begriff Nachhaltigkeit wird in der öffentlichen Diskussion recht inflationär verwendet. Bei genauerer Betrachtung des Gesagten oder Geschriebenen scheint es jedoch nur ein Ersatz oder Synonym für Sicherheit zu sein.

Für unseren Lernkontext einer nachhaltigen finanziellen Grundbildung sollen folgende Definitionen eine Abgrenzung und Einordnung erleichtern*:

- ‚längere Zeit anhaltende Wirkung‘
- ‚Prinzip, nach dem nicht mehr gefällt werden darf, als jeweils nachwachsen kann‘ (Forstwirtschaft)
- ‚Es darf nicht mehr verbraucht werden, als jeweils nachwachsen [oder] sich regenerieren [und] künftig wieder bereitgestellt werden kann.‘

* Quelle: Wikipedia, 8.2.2022

Das Unterrichtsmaterial und der lebensnahe Lernkontext zur finanziellen Grundbildung sollen zu einem sinnvollen, effizienten aber auch nachhaltigen wirtschaftlichen Handeln sensibilisieren und entsprechend notwendige Kompetenzen vermitteln, wie:

- Bewusste, selbstbestimmte Kauf- und Investitionsentscheidungen - können diese mich, andere, meine Umwelt gefährden, jetzt oder in der Zukunft?
- Ist es notwendig? Kann ich mir das auf dauer leisten?
- Verständnis für die Notwendigkeit und aktive Bereitschaft zur Ansparung von Rücklagen
- Vermeidung von Schulden und hieraus entstehender monatlicher Ratenverpflichtungen
- ‚Nicht über die Verhältnisse leben‘ und diese objektiv und aktuell kennen

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

90 Minuten - Was kann man da erreichen?

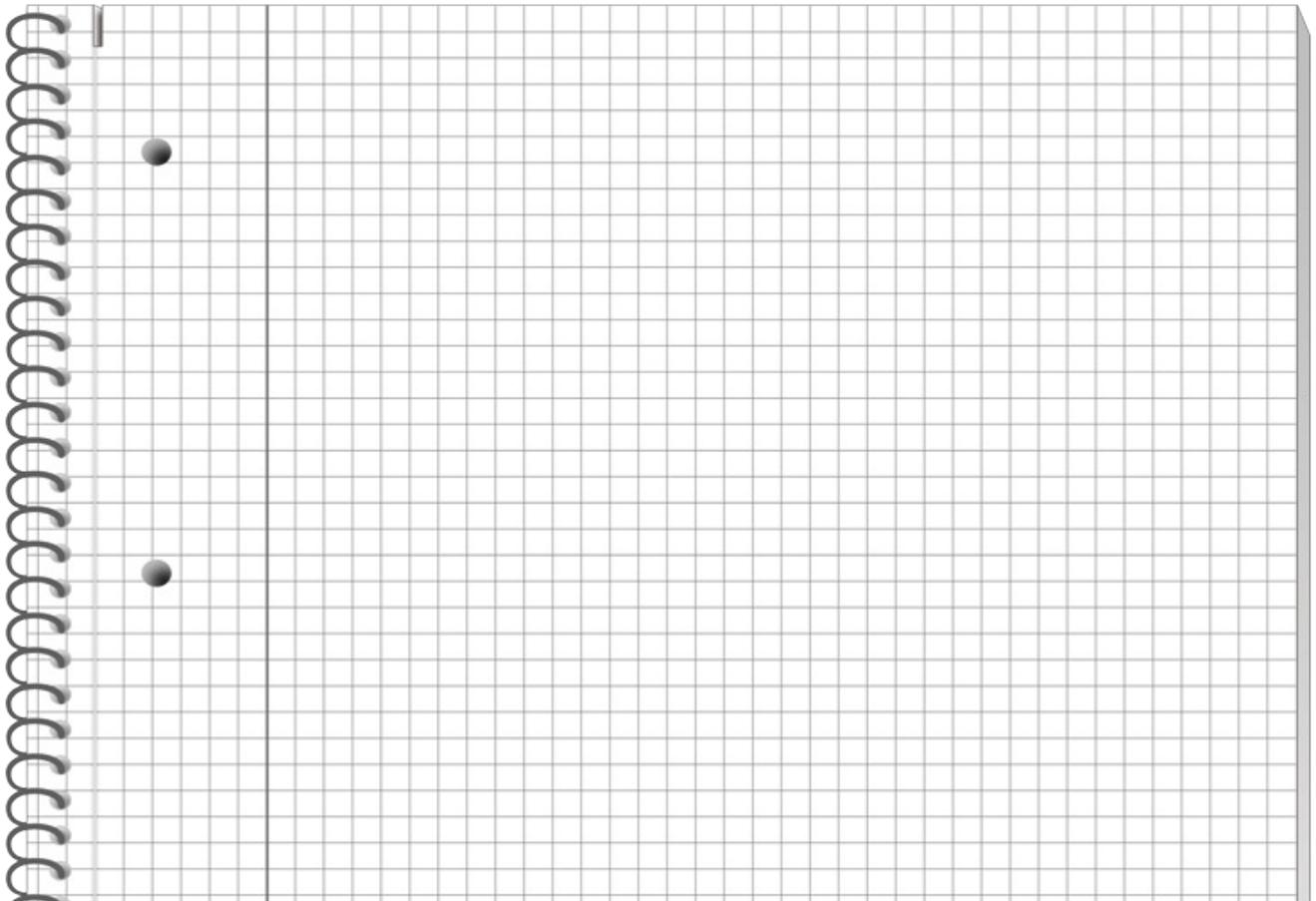
Kein noch so ausgefeiltes Lernkonzept und hochmotivierte Lehrkräfte können in 90 Minuten psychologisch versierte und erfahrene Konsumprofis hervorbringen.

Aber durch aktive Einbindung der SuS in den Workshop und eine offene, ernsthafte und konstruktive Kommunikation kann es in 90 Minuten gelingen, das aktuelle Ausgabeverhalten und Markenbewusstsein sichtbar zu machen, Werbebotschaften objektiver einzuschätzen, um selbstbestimmte sinnvolle Kaufentscheidungen zu treffen, die Bedeutung des Taschengeldparagraphen, von Cookies oder Tracking-Cookies zu erklären und ein hilfreiches Vorgehen bei der Erstellung einer Einkaufsliste vorzustellen und zu diskutieren.

Finanzielle Bildung ist ein lebenslanges Lernen für ein sinnvolles, hoffentlich glückliches wirtschaftliches Handeln.

Ihr Walter Berger - Taschengeld Management

NOTIZEN



Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Vorbereitung

Der Unterricht zum Thema *Konsum und Werbung* ist auf 90 Minuten (2 Schulstunden) angelegt und wird in Gruppenarbeit und als Unterrichtsgespräch durchgeführt.

Vorbesprechung:

Den geplanten Unterricht zum Thema *Konsum und Werbung* 1-2 Tage vorher in der Klasse ankündigen und evtl. vorbereitende Hausaufgaben aufgeben. So kann das Interesse erhöht, eine positive Erwartungshaltung gefördert und zur Mitarbeit im Unterricht angeregt werden. Eine kurze Vorstellung *worum es geht, was erreicht werden soll oder wie der Workshop den Lernenden helfen kann* ist sinnvoll.

Empfehlungen:

Hilfreich ist das Thema *Konsum und Werbung* mit der aktuellen Situation der Lernenden und dem wirtschaftlichen Umfeld eines Privathaushaltes zu verknüpfen, z.B. mit vorbereitenden Hausaufgaben wie: *Macht euch bitte bis zum Workshop darüber Gedanken, wofür ihr Geld ausgeben? Worauf legt Ihr beim Einkaufen besonderen Wert? Welche Werbung gefällt euch besonders gut? Warum? Könnt ihr mit dem Taschengeld alles kaufen was ihr wollt? etc.*

Raum/Ausstattung:

- Gruppen mit 4 Personen, 2 Tische zusammenstellen (bequem schreiben und diskutieren)
- Computer mit Internet-Zugang/Video-Beamer/Lautsprecher
- Tafel, Kreide (weiß, farbig), Schwamm
- Schreibutensilien und Taschenrechner der Lernenden
- je ein Arbeitsheft Ausgaben und ein Evaluationsbogen für Lernende

Zusammensetzung der Gruppen:

Die Zusammensetzung der Gruppen wird durch die Lehrkraft festgelegt; z.B. gute mit schwächeren Schüler*innen (in Bezug auf Noten oder Sprache). Die Mitglieder der Klasse lernen sich besser kennen, hören einander zu, lernen voneinander, wachsen als Klasse zusammen. Vielleicht wird auch die Mitarbeit erhöht und der *Tuschel-Geräuschpegel* aufgrund von *„was ich dir unbedingt jetzt noch sagen wollte“* verringert.

Zeitlicher Ablauf:

90 Minuten sind schnell vorüber, leider häufig dann, wenn man etwas besonders interessant findet oder eine Diskussion spannend wird.

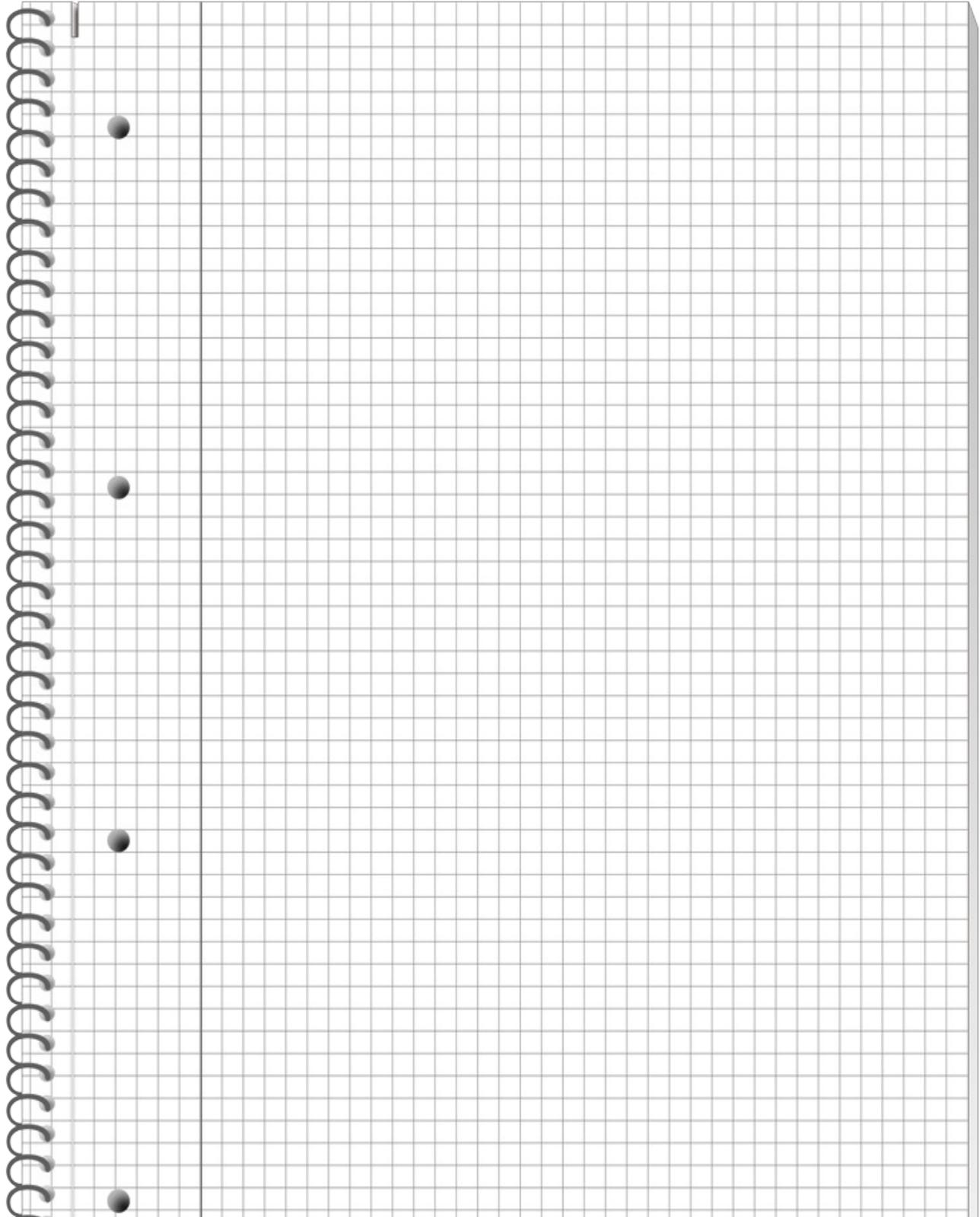
Tipp: Genügend Zeit für eine kurze Zusammenfassung einplanen; offene Fragen notieren und in der nächsten Stunde klären; Zusammenhänge wiederholen.

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Vorbereitung

NOTIZEN



Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Konsum und Werbung

Mögliche Planung des Unterrichts

Unterrichtsziele

SuS erkennen ihr Ausgabeverhalten und Markenbewusstsein, können Werbebotschaften besser hinterfragen und werden so sensibilisiert selbstbestimmte Kaufentscheidungen zu treffen; SuS erhalten Informationen über den Taschengeldparagraph, über Cookies und Tracking-Cookies und über das Vorgehen bei der Erstellung einer Einkaufsliste.

Zeit	Phase	Inhalte	Methoden/ Materialien	Tipps/ Hinweise
5'	Einstieg	Die Lehrkraft stellt die Ziele des Unterrichts vor: Konsum- und Ausgabeverhalten, Werbebotschaften, Cookies, Tracking-Cookies, Einkaufsliste	- Unterrichtsgespräch	Workshop Thema vorher ankündigen, evtl. Hausaufgaben zur Vorbereitung aufgeben. Lehrkraft kann Gruppenzusammensetzung im Workshop festlegen.
40'	Erarbeitung (1)	Ausgabeverhalten - <i>Wofür gebe ich Geld aus?</i> - <i>Was ist mir wichtig?</i> Marke, Preis, Bio, Herkunft, Ökobilanz - <i>Kaufe ich spontan oder geplant (Einkaufsliste)?</i> - <i>Wie bezahle ich?</i> (Bar, Karte, App, Mama)	- Unterrichtsgespräch, Gruppenarbeit - Arbeitsheft Konsum/Werbung Teil B1 - Seite 3 Aufgabe: <i>Konsum - Ausgabeverhalten?</i>	Ergebnisse der 1. Gruppe vortragen und an der Tafel notieren; Ergebnisse aus anderen Gruppen ergänzen Ausgabeverhalten zeigt Konsum-Gewohnheiten und Produkt-/Markentreue
40'	Erarbeitung (2) Werbe-Film	Werbebotschaften <i>mit Hilfe eines Werbefilms wird das Schema (Story) von Werbebotschaften aufgezeigt</i> <i>Strukturiertes Beobachten: Welches Problem? Wer hat ein Problem? Angebotenes Produkt/Lösung? Problem gelöst? Aufforderung / Angebot zum Kauf?</i>	- Lehrkraft zeigt Werbefilm zu beliebigem Produkt (1-2 Min) - Worauf sollen SuS jetzt achten - Werbefilm noch einmal zeigen, jedoch <i>„strukturiertes Beobachten“</i> durch die SuS mit anschließender Diskussion - Arbeitsheft Konsum/Werbung Teil B2 - Seite 5 Aufgabe: Werbebotschaften - Unterrichtsgespräch, Diskussion	Eine Werbung zu einem Pharmaprodukt kann ein gutes Beispiel sein, um die Struktur von Werbebotschaften aufzuzeigen. SuS können eingene Werbebeispiele als Vor- oder Nachbereitung im Klassenrahmen vorstellen; <i>Achtung:</i> Humor ist gut, aber bitte Jugendfrei!
	Ergänzungen	<i>Ergänzende Themen zum wirtschaftlich/rechtlichen Verbraucherschutz</i> - Taschengeldparagraph - Suche/Kauf im Internet; Cookies und Tracking - Einkaufsliste	- <i>Wer kann Verträge abschließen?</i> - <i>Was sind Cookies / Tracking?</i> - <i>Erstellung einer Einkaufsliste?</i> - Unterrichtsgespräch, Diskussion - Arbeitsheft Teil B3.1 - B3.3 Konsum/ Werbung	Online Einkäufe stellt für SuS häufig ein Problem dar; hier kann richtiges Verhalten erklärt werden! Taschengeldparagraph (§110 BGB) Verpflichtung und Schutz Minderjähriger
5'	Zusammenfassung	Lehrkraft fasst Workshop zusammen und gibt evtl. Hausaufgaben auf	- Unterrichtsgespräch	Wiederholung macht den Meister, deshalb zeitnahe Vertiefung und Klärung offener Fragen!

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Konsum und Werbung

Alltagsnahe Kompetenzen

- ✓ Bewusstsein für das eigene Ausgabeverhalten und Markenbewusstsein,
- ✓ ökonomische Grundbildung für den Alltag zur selbstbestimmten und nachhaltigen Lebensgestaltung,
- ✓ Förderung und Sensibilisierung von Verbraucherkompetenz,
- ✓ Werbebotschaften hinterfragen und einordnen können,
- ✓ über Onlineeinkäufe, Cookies und Tracking-Cookies besser informiert sein,
- ✓ Vorgehen bei der Erstellung einer Einkaufsliste kennen lernen,
- ✓ bewusster selbstbestimmte Kaufentscheidungen treffen können.

§ 13 BGB Verbraucher (Konsument):

Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu einem Zweck abschließt, der überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden kann (§ 13 BGB).

Der Workshop *Konsum und Werbung* lebt vor allem von der Beteiligung und Mitarbeit der Schüler*innen (SuS), einer offenen konstruktiven Diskussion und einem ernsthaften Erarbeiten der Themenbereiche. Die reale Erfassung der aktuellen Ausgaben der SuS spiegelt ihr aktuelles Konsumverhalten aber auch bestehende Vorlieben, Präferenzen oder Markenbewusstsein in der Klasse wieder. Die einzelnen Kaufentscheidungen sollten respektiert werden und auf Bewertungen wie intelligent, ökologisch bewusst, vegan, umweltfreundlich oder das Gegenteil verzichtet werden.

Die Lehrkraft ist vor allem als Moderator*in gefragt. Sie stellt die Aufgaben, setzt den Rahmen, steuert mit Fragen, gibt anschauliche alltagsrelevante Tipps und Hinweise.

Im Workshop sollen Kompetenzen für ein vernünftiges, selbstbestimmtes, bewusstes und nachhaltiges Kaufverhalten gefördert werden. Eine demotivierende Gefahrenprävention ist da wenig hilfreich.

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Erwartungshorizonte zu den Arbeitsanregungen (Seite 3 Arbeitsheft Konsum/Werbung)

B1 - Konsum und Ausgabeverhalten

Gruppenarbeit

Zeitansatz 30 Minuten

In dieser Phase sollen die Konsumgewohnheiten und das Ausgabeverhalten der SuS untersucht werden. Junge Menschen sind bedeutende Marktteilnehmer, die von Werbebotschaften gezielt adressiert werden. Deshalb werden auch Markenbewusstsein und online Einkäufe thematisiert.

In der ersten Gruppenarbeit werden alle Ausgaben (nach Art und Höhe) aufgeschrieben, für die die Schüler*innen im Laufe der Woche gewöhnlich Geld ausgegeben aber auch Ausgaben erfasst für z.B. Kleidung, Schuhe, Handy, also unregelmäßige Anschaffungen, die häufig aus Erspartem oder durch die Eltern bezahlt werden.

Folgende Leitfragen bieten eine gute Orientierung:

- *Wofür gebe ich Geld aus?*
- *Was ist mir beim Kauf wichtig?*
- *Worauf achte ich?* (Preis, Marke, Bio, Herkunft, Ökobilanz)
- *Kaufe ich spontan (Schnäppchen) oder geplant (Einkaufsliste)?*
- *Kaufe ich im Internet?*
- *Wie bezahle ich?* (Bar, Karte, Bezahl-App)

Ergebnisse der 1. Gruppe werden vorgetragen und an der Tafel notiert. Ergebnisse aus anderen Gruppen werden abgeglichen und ggf. an der Tafel ergänzt.

Die Lehrkraft sollte hier moderieren und wenn notwendig zu einzelnen Bereichen nachfragen, um ein möglichst umfassendes Bild zum Konsum- und Ausgabeverhalten, Markenbewusstsein der Klasse zu erhalten und für alle sichtbar darzustellen.

Bei welchen Dingen ist dir die Marke wichtig? (Altersgruppe 10-13 Jahre)

Spielzeug (56,35%), Taschen, Ranz, Rucksäcke (69,8%), Essen und Trinken (51,4%), Spielkonsolen, tragbare Konsolen (72,2%), Sportschuhe, Sneaker (76,3%), Schulsachen, Stifte, Füller (54,8%), Handy/Smartphone (79%), Kleidung, Anziehsachen (68,8%), Körperpflege, Kosmetik (48%) *

*Umfrage zum Markenbewusstsein von Kindern in Deutschland in der Altersgruppe 10-13 Jahre
Quelle: Internet, Statista vom 5.3.2024, Erhebungszeitraum 13. Feb bis 31. März 2022, abgerufen Feb 2024

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Erwartungshorizonte zu den Arbeitsanregungen (Seite 5 Arbeitsheft Konsum/Werbung)

B2 - Werbebotschaften hinterfragen

Gruppenarbeit

Zeitansatz 25 Minuten

In dieser Phase des Workshops sollen Werbebotschaften hinterfragt werden und anhand vorgegebener Fragen das Drehbuch (Story, Inhalte, Struktur) und die Absicht der Werbung strukturiert beobachtet und untersucht werden. Das strukturierte Untersuchen von Werbebotschaften ist eine wirksame Übung zur Steigerung der Verbraucherkompetenz und für selbstbestimmte Kaufentscheidungen. *Wer ist die Zielgruppe für die Werbung? Welches Problem wird gelöst? Kann das stimmen?*

Werbung hat eine wichtige informierende Funktion. Sie soll erklären welche Anwendungs- und Nutzenmöglichkeiten Güter oder Dienstleistungen haben, welche positiven Erfahrungen andere Käufer hatten oder wo wir ein Produkt kaufen können.

Die SuS sollten jedoch in der Lage sein Werbebotschaften auf ihren Wahrheitsgehalt zu überprüfen und die Bedeutung und Notwendigkeit für das eigene Leben zu bestimmen.

B 2.1 Zu Beginn zeigt die Lehrkraft einen geeigneten Werbefilm zu einem beliebigen Produkt. Empfehlungen: Nicht länger als 1-2 Minuten, vorher anschauen, der Film sollte auf YouTube verfügbar sein, z.B. über Internetsuche „Werbefilm Nudeln YouTube“ eingeben.

B 2.2 Nach dem Anschauen wird der Film kurz besprochen. Folgende Fragen können helfen:

- Was wird hier angeboten? Was soll verkauft werden?
- Für welche Zielgruppe? Was hat die Zielgruppe für ein Problem?
- Welches Problem wird vorgestellt und gelöst?

B 2.3 Eine Gegenüberstellung der Vor- und Nachteile von Werbung, die mit den SuS erarbeitet wurde ist hilfreich. Es entsteht nicht der Eindruck von Einseitigkeit oder gar Belehrung.

Leitfrage: „Was sind die Vor- und Nachteile von Werbung?“

Die Antworten der SuS können an der Tafel gegenüberliegend mitgeschrieben werden.

B 2.4 Jetzt sehen sich die SuS den Werbefilm ein zweites Mal an. Dabei sollen folgende Fragen beantwortet werden:

- Worum geht es? Was ist das dargestellte Problem?
- An wen richtet sich die Werbung? (Zielgruppe)
- Welches Produkt wird als Lösung präsentiert?
- Wird das Problem durch das Produkt gelöst?
- Erfolgt am Schluss eine Aufforderung/ein Angebot zum Kauf?

Zur Vertiefung können als Hausaufgabe eigene Werbebeispiele der SuS untersucht und im Klassenrahmen vorgestellt werden. Diese Aufgabe ist eine hervorragende Möglichkeit Verbraucherkompetenz zu stärken und ein selbstbestimmtes sinnvolles Kaufverhalten durch ein strukturiertes Hinterfragen und Einordnen von Werbebotschaften zu fördern.

Achtung: Für die Auswahl der Werbe-Filme sollten vorher Spielregeln festgelegt werden! Humor ist gut aber bitte Jugendfrei!

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Ergänzungen und Erwartungshaltung zu Informationen (Seite 8 Arbeitsheft Konsum/Werbung)

B3 - Ergänzungen

Unterrichtsgespräch

Um einen alltagsnahen Unterricht zu ermöglichen haben wir in diesem Teil ergänzende Lerninhalte zum Themenbereich Konsum und Werbung aufgenommen. Prägnante Zusammenfassungen wurden auch ins Arbeitsbuch für die SuS übernommen. Ziel ist die Sensibilisierung und Anleitung zur kompetenten Handeln im wirtschaftlichen Alltag und eine Prävention für mögliche Gefahren.

B3.1.1 Taschengeldparagraph - Was SuS wissen sollten! *

1. Kinder und Jugendliche zwischen 7 und 17 Jahren sind beschränkt geschäftsfähig.
2. Sie können im Rahmen Ihres Taschengeldes oder sonstiger frei zur Verfügung gestellter Mittel Käufe tätigen.
3. Ein Kauf im Internet oder eine Ratenverpflichtung bedarf der Zustimmung des gesetzlichen Vertreters (i.d.R. der Eltern).
4. Wenn die Eltern keine Genehmigung erteilen ist der Kaufvertrag unwirksam.

* Quelle: Internet, Verbraucherzentrale.de - Geschäftsfähigkeit: Was dürfen Kinder im Internet einkaufen; 07. 03.2024

Gesetzliche Grundlage - § 110 BGB - Bewirken der Leistung mit eigenen Mitteln

„Ein von dem Minderjährigen ohne Zustimmung des gesetzlichen Vertreters geschlossener Vertrag gilt als von Anfang an wirksam, wenn der Minderjährige die vertragsmäßige Leistung mit Mitteln bewirkt, die ihm zu diesem Zweck oder zu freier Verfügung von dem Vertreter oder mit dessen Zustimmung von einem Dritten überlassen worden sind.“

B3.1.2 Elternsprechstunde und die Mahnschreiben

Minderjährige SuS können problemlos Einkäufe im Internet tätigen, vor allem dann, wenn sie bereits über ein eigenes Konto verfügen. Unangenehm wird es, wenn das Konto nicht gedeckt ist und Mahnschreiben von Inkassounternehmen ins Haus flattern. Oft werden dann auch die Eltern hellhörig und sitzen vielleicht auch aufgelöst und fragend in der Elternsprechstunde; vor allem auch Eltern, die der deutschen Sprache nicht so mächtig sind und die Inhalt der Schreiben nicht verstehen.

Wichtig: Grundsätzlich können Lehrkräfte keine rechtsverbindliche Auskunft oder Beratung geben!

1. Es kann jedoch erklärt werden, worum es sich bei einem Mahnschreiben handelt (z.B. Sohn/Tochter hat etwas im Internet gekauft und nicht bezahlt; der Verkäufer möchte sein Geld haben; dies ist ein Mahnschreiben, etc.)
2. Wenn Tochter/Sohn noch minderjährig ist, kann empfohlen werden, dass die Eltern dem Kauf schriftlich widersprechen (Einschreiben als Bestätigung) und die Ware zurückschicken (mit Nachweis der Rücksendung). (z.B. *„Meine Tochter/Sohn ist noch minderjährig. Ich habe zum Kauf von keine Einwilligung gegeben und widerspreche hiermit.“*)
3. Wenn weitere Probleme auftreten sollte ein Anwalt eingeschaltet werden. (Bitte überlegen, ob bei geringen angemahnten Summen die Kosten für einen Anwalt und die unangenehmen Schreiben von Inkassounternehmen dafür sprechen.)

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Ergänzungen und Erwartungshaltung zu Informationen (Seite 9 Arbeitsheft Konsum/Werbung)

Wer im Internet einkauft oder auch nur Seiten öffnet hinterlässt einen *elektronischen Fußabdruck* auf dem eigenen Gerät. Dafür sorgen sog. Cookies, denen man zustimmen soll bevor man die Inhalte lesen oder anschauen darf. Hier sind einige Informationen, die die SuS wissen sollten.

B3.2 Was sind Cookies oder Tracking-Cookies?*

1. Cookies sind kleine Datensätze, die auf dem Gerät gespeichert werden, wenn man eine Webseite besucht. Ist man später nochmal auf der Internetseite, kann diese Seite einen wiedererkennen.
2. Es gibt neben **technisch erforderlichen Cookies** auch **Werbe- oder Tracking-Cookies**. Hierzu bedarf es der ausdrücklichen Einwilligung des Besuchers.
3. **Cookies können u.a. personenbezogene Daten übermitteln:**
 - 3.1 Häufigkeit und Dauer Ihrer Internetbesuche
 - 3.2 Ihre IP-Adresse
 - 3.3 Besuchte Seiten - und somit Ihre Interessenschwerpunkte
 - 3.4 Daten, die Sie in Online-Formulare eingegeben haben (z.B. Name, Adresse oder Telefonnummer)
 - 3.5 Ihre E-Mail-Adresse
 - 3.6 Passwörter
 - 3.7 Ihr Bildungsstatus
 - 3.8 Ihr finanzieller Hintergrund
 - 3.9 Produkte, die Sie sich kürzlich angesehen haben
 - 3.10 Warenkorbinhalte

4. **Tracking-Cookies** oder **Verfolgungs-Cookies** nehmen das digitale Verhalten teilweise über verschiedenste Internetseiten und über Jahre hinweg unter die Lupe.

Achtung: Tracking-Cookies können auch zu einem Sicherheitsrisiko werden. Denn manchmal speichern die kleinen Textdateien auch sensible Daten wie Benutzernamen, Adressen, Telefonnummern oder Bankverbindungen. Dem anschließenden Missbrauch dieser persönlichen Daten sind hier keine Grenzen gesetzt.

Was tun gegen Cookies? 7 Tipps*

(weitere Informationen auf der Seite [Verbraucherzentrale.de](https://www.verbraucherzentrale.de) - Cookies kontrollieren und verwalten)

1. Cookies regelmäßig löschen
2. Cookie-Einstellungen verwalten
3. Mit Cookie-Bannern sorgsam umgehen
4. Drittanbieter-Cookies verbieten
5. Anti-Tracking-Programm installieren
6. Anonymen Modus nutzen
7. Sicher Surfen

* Quelle: Internet, Verbraucherzentrale.de - Cookies kontrollieren und verwalten; 07. 03.2024

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Ergänzungen und Erwartungshaltung zu Informationen (Seite 10 Arbeitsheft Konsum/Werbung)

B3.3 Mal so richtig shoppen gehen - Einkaufsplanung mit Einkaufsliste

Einen eigenen Haushalt mit häufig begrenzten finanziellen Mitteln zu führen kann enorm herausfordernd sein; und dies nicht nur für junge Menschen. In vielen privaten Haushalten werden die finanziellen Reserven zum Monatsende knapp, vielleicht auch aufgrund unvorhergesehener und manchmal unüberlegter Ausgaben.

Den Einkauf zu planen und mit einer vorbereiteten Einkaufsliste einkaufen zu gehen kann eine wertvolle Hilfestellung bieten. Die hier vorgestellte Vorgehensweise bei der Planung der Einkäufe und beim Erstellen einer Einkaufsliste kann im Unterricht vorgestellt und diskutiert werden.

Tipp: Einkaufsplanung mit Einkaufsliste

1. Überblick verschaffen was noch im Kühlschrank ist - auf Ablaufdatum achten!
2. Überlegen was ich heute essen möchte.
3. Einkaufsliste zu Hause schreiben.
4. Dann einkaufen, wenn im Supermarkt wenig Betrieb ist;
Warteschlange an der Kasse vermeiden.
5. Nicht hungrig einkaufen gehen.
6. Budget beachten – Verteilung auf 4 Umschläge!

Hier einige Anregungen zur Diskussion/Erklärung:

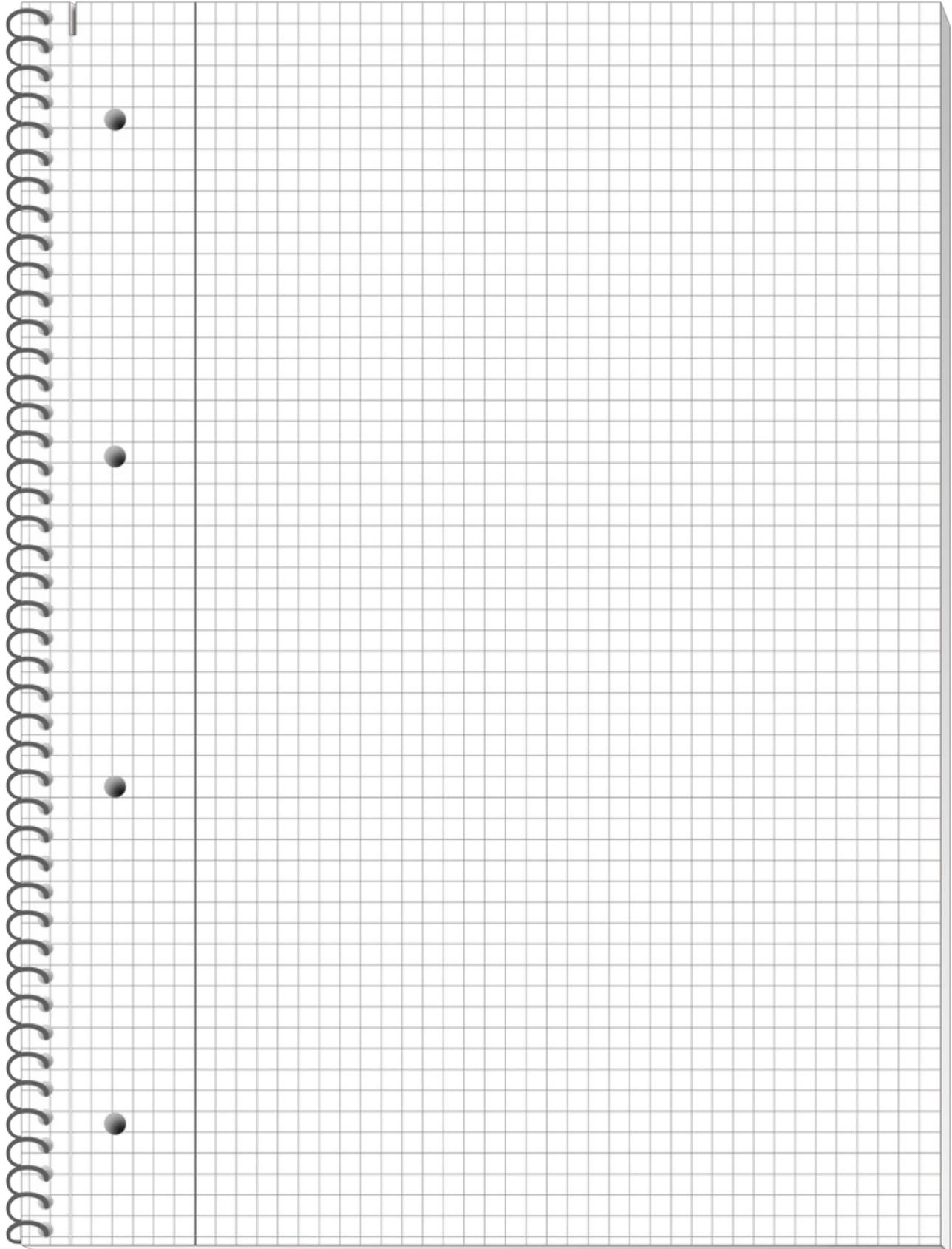
- zu 1. Lebensmittel sind teuer; es wird viel zu viel weggeschmissen
- zu 2. Welche Zutaten brauche ich, wonach ist mir heute, was schmeckt mir
- zu 3. In aller Ruhe die Einkaufsliste erstellen, ohne Ablenkungen, Lärm, einlullender Musik
- zu 4. Hektik bei Stoßzeiten im Supermarkt sollte man vermeiden;
Warteschlange an der Kasse: dort werden günstig teure Produkte platziert, die auch ins Auge fallen und den „Will-ich-haben-Effekt“ auslösen
- zu 5. Bei Hunger möchte man sich sattessen, vielleicht wird zu viel oder unüberlegt gekauft
- zu 6. Praktische Finanzplanung: Monats-Budget für Lebensmittel wird auf 4 Umschläge verteilen (Beispiel: Monats-Budget für Lebensmitteleinkäufe ist 500 €; 4 Umschläge á 125€)

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Konsum und Werbung

NOTIZEN



Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Nachbereitung

NOTIZEN

Selbst bei guter Vorbereitung, dem Bearbeiten und Erklären aller wichtigen Punkte und einem scheinbaren Erreichen vorher festgelegter Ziele werden doch einige Fragen offen bleiben oder verschiedene Zusammenhänge noch nicht ganz verstanden worden sein.

Eine zeitnahe Wiederholung und die Klärung offener Fragen sind deshalb von besonderem Wert, denn die Lernziele sollen nachhaltig verstanden werden und die Lernenden sollen alltagsrelevante ökonomische Kompetenzen verinnerlichen. Viel zu schnell findet man sich in der täglichen Routine des Schulalltags wieder und eben noch Erlerntes und Verstandenes geht schnell wieder verloren.

Es ist sinnvoll, wenn zwischen der Durchführung des Workshops und einer Wiederholung bzw. der Klärung offener Fragen nicht zu viel Zeit vergeht. Ein einprägsames Konzept ist dabei die „72-Stunden-Regel“. Danach sollten neue Informationen und Lerninhalte innerhalb von 72 Stunden wiederholt und vertieft werden, um auch langfristig verstanden und verinnerlicht zu werden.

Eine Wiederholung und Einbindung in einen übergreifenden Lernkontext (Einnahmen, Ausgaben, Finanzen spielend lernen etc.) bietet eine gute Möglichkeit zur Vertiefung der Lerninhalte.

Die vorgestellte inhaltliche und die didaktische Ausgestaltung des Unterrichts ist als Anregung und Unterstützung für die Lehrkraft gedacht. Alltagsnah, also konkret und interessant wird sie durch die Berücksichtigung und Einbeziehung der aktuellen Situation und des Umfelds der Schüler*innen der Klasse.

Es wäre wunderbar, wenn schulübergreifend ein Erfahrungsaustausch zur inhaltlichen Gestaltung und den Erfahrungen in der Durchführung erfolgt. Als Grundlage hierzu kann der nachfolgende Evaluationsbogen dienen.

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Evaluation

Alle Schüler*innen erhalten am Ende des Unterrichts einen anonymen Bewertungsbogen zur Evaluation. Im Klassenrahmen ausgewertet sollen sie Auskunft geben, ob die Ziele erreicht wurden und was bei nachfolgenden Veranstaltungen Berücksichtigung finden sollte. Ernsthaftigkeit beim Ankreuzen und Ausfüllen ist wichtig.

Fragebogen zur Evaluation

Konsum und Werbung

Bewertung

- | | |
|---|--|
| 1. Meine Erwartungen an den Unterricht wurden erfüllt. | |
| 2. Die Thematik ist für mein ‚späteres‘ Leben wichtig. | |
| 3. Wofür ich wie viel Geld ausgabe war erstaunlich. | |
| 4. Der Unterrichtsstoff ist für mich privat anwendbar. | |
| 5. Interessant war mein Ausgabeverhalten zu erkennen. | |
| 6. Ich werde Werbesendungen jetzt kritischer auf ihre Botschaften hinterfragen. | |
| 7. Meine Fragen und Einwände wurden beantwortet. | |
| 8. Der Workshop hat Raum zur Diskussion und für unterschiedliche Meinungen geboten. | |
| 9. Interessant war zu erfahren was Cookies und Tracking-Cookies sind und wo man aufmerksam sein sollte. | |
| 10. Der Unterricht hat mich motiviert, die vorgestellten Inhalte in meinem Leben anzuwenden. | |
| 11. Wichtig wäre mir noch: | |

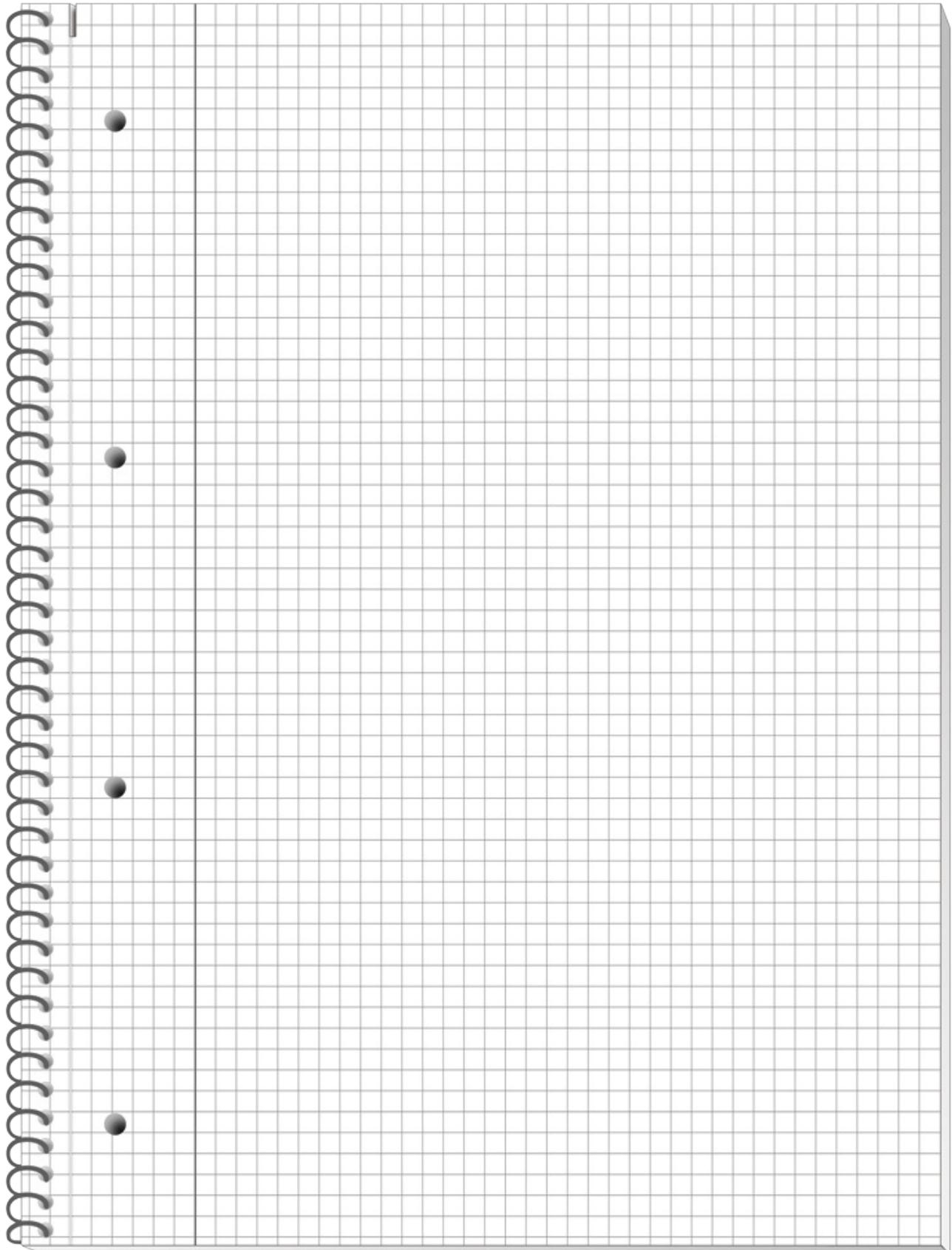
trifft voll trifft zu trifft teilweise trifft weniger zu trifft nicht zu

Konsum / Werbung

Heft für die Lehrkraft zum Workshop in der Klasse

Nachbereitung / Evaluation

NOTIZEN





Taschengeld Management
Spielen = Training für den Alltag!

Heft für die Lehrkraft

Konsum/Werbung

- finanzielle Grundbildung in der Klasse
Sekundarstufe I

Kurzübersicht:

Thema: Konsum und Werbung

Dauer: 90 Minuten (2 Unterrichtsstunden)

Beschreibung:

Unterrichtshilfe zum Themenbereich *Konsum und Werbung* für einen Workshop zur *finanziellen Grundbildung in der Klasse*

Lernziele/Kompetenzen, die gefördert werden:

- ✓ Bewusstsein für eigenes Ausgabeverhalten und Markenbewusstsein
- ✓ Werbebotschaften hinterfragen und einordnen
- ✓ Taschengeldparagraph
- ✓ Cookies, Tracking-Cookies, Einkaufsliste

Leitfragen:

Wofür gebe ich Geld aus? Was ist mir wichtig?

Wie werden Werbebotschaften vermittelt?

Welche Kaufverträge können Minderjährige abschließen?

Was bedeuten Cookies, Tracking-Cookies für mich?

Wie erstelle ich eine Einkaufsliste?

Schlagworte:

Finanzielle Allgemeinbildung, ökonomische Bildung, Finanzkompetenz, Verbraucherbildung, Planungs- und Entscheidungskompetenz, Sozialkompetenz, Taschengeldparagraph, Online-Käufe, Einkaufsliste

Walter Berger - Taschengeld Management
Florianiplatz 16, 83435 Bad Reichenhall - D
www.taschengeld-management.de
info@taschengeld-management.de
© 2024 - all rights reserved