

Ziel: Reflektieren von Wünschen, Bedürfnissen und eigenem Konsumverhalten; kritische Auseinandersetzung mit Werbestrategien

1) Begrüßung und inhaltliche Hinführung (ca. 5 Min)

Im Plenum

- Bei schulfremden Personen: Wer bin ich, warum bin ich hier?
- Kurz auf Inhalte und Ziele der Unterrichtseinheit eingehen, z.B. Ich hoffe Euch/Ihnen hiermit Wissen an die Hand zu geben mit dem Ihr/Sie die eigenen Konsumententscheidungen besser nachvollziehen könnt/en.
- Grundsätzliches über die Veranstaltung klären, z.B. Pausenregelung, Sitzordnung ...
- Wichtiger Hinweis: Jeder sollte mitmachen. Es darf immer nachgefragt werden.

2) Spiel ja / nein (ca. 5-10Min)

Im Plenum

Die SchülerInnen sollen zu folgenden Aussagen per Handzeichen kurz Stellung nehmen. Die Aussagen werden vorgelesen. Einzelne SchülerInnen werden gebeten, kurz zu erläutern, warum sie der Aussage zustimmen/nicht zustimmen. Es sollen jeweils kurze Diskussionen entstehen, bei denen die einzelnen Aussagen gleichberechtigt nebeneinander stehen bleiben.

1. Wenn ich mir etwas Schönes kaufe, dann geht's mir richtig gut!
2. Ich könnte gut ohne Handy auskommen.
3. Bevor ich etwas kaufe, überlege ich mir, ob ich es mir wirklich leisten kann.
4. Mir ist es wichtig, Kleidung und Schuhe von bestimmten Marken zu haben!
5. Oft reicht mir mein Taschengeld nicht.
6. Manchmal träume ich davon reich zu sein!
7. Wenn man sich Geld leiht, ist es wichtig, es wieder zurück zu zahlen.
8. Wenn es mir nicht so gut geht, kauf ich mir was.

→ Ziel: Einstieg in das Thema; die SchülerInnen werden zum Mitmachen ermutigt.

3) Wünsche und Bedürfnisse (ca. 20 Min)

In Einzelarbeit

Das Arbeitsblatt „Nehmen Sie sich zehn Minuten für Ihre Wünsche und Bedürfnisse“ soll bearbeitet werden. Das Blatt wird nicht eingesammelt, es dient lediglich dazu, dass jede/r sich kurz mit seinen/ihren Bedürfnissen und Wünschen auseinandersetzt.

Im Plenum

Kurze Besprechung. Den Unterschied zwischen Wünschen und Bedürfnissen von den SchülerInnen erklären lassen. Kurz darauf eingehen, dass es körperliche und psychische Bedürfnisse gibt.

Offene Frage in die Klasse: Welche Wünsche haben Sie aufgeschrieben, wollen Sie diese nennen? Die genannten Wünsche werden an der Tafel gesammelt und es wird gemeinsam überlegt, welche Bedürfnisse hinter den Wünschen stehen. (Dabei ist es interessant nach verschiedenen Bedürfnissen zu fragen, die möglicherweise hinter einem Wunsch stehen, z.B. Wunsch = Porsche, Bedürfnis = Mobilität, Anerkennung). Dies wird ebenfalls an der Tafel verdeutlicht. Eventuell kurz darauf eingehen, dass hinter vielen Wünschen, grundlegende Bedürfnisse stehen (Anerkennung, Liebe, Mobilität, Nahrung, Erholung), die wir z.T. versuchen auf „Umwegen“ zu stillen.

→ Ziel: Auseinandersetzung mit den eigenen Wünschen und Bedürfnissen, den Zusammenhang von Bedürfnissen und Wünschen erkennen.

4) Gelungener/problematischer Konsum (ca. 5-10 Min.)

Im Plenum

Überleitung zum Thema Konsum: Was machen wir alle, um unsere materiellen Bedürfnisse zu stillen? Glauben Sie, dass Konsum per se schlecht ist? Gibt es so etwas wie einen „guten“ oder „gelungenen“ Konsum? In der Klasse dazu 2-3 Statements sammeln.

In Partnerarbeit

Das Arbeitsblatt „Problematischer Konsum?!“ wird bearbeitet.

Im Plenum

Ergebnisse aus dem Arbeitsblatt besprechen und mit den Informationen aus den Folien „Formen von Konsum“ und „Formen des problematischen Konsums“ ergänzen. Beispiele der SchülerInnen sammeln mit Fragen wie: Gehen Sie auch manchmal shoppen, wenn es Ihnen schlecht geht?

→ Ziel: Erkennen wann Konsum kritisch wird.

5) Film: Glück zum Kaufen (ca. 10 Min.)

Im Plenum

Der Film soll ohne große Einleitung gezeigt werden.

Fragen nach dem Film:

- A. Zu Kaufen und Konsum: Wie finden Sie das, was die Soziologin zum Schluss sagt? Kann man Glück nur aus sich selber schöpfen? Hat Sie recht?
- B. Zu Schulden: In dem Film werden Beispiele genannt, wie man in Schulden geraten kann. Welche waren das? Kennen Sie noch andere Ursachen, die zu einer Ver- oder Überschuldung führen können? Ist Ver- oder Überschuldung das gleiche? (Verschuldung ist jegliche Form der Zahlungsverpflichtung, z.B. ein genutzter Dispositionskredit aber auch Privatschulden; von Überschuldung spricht man, wenn nach Abzug aller Zahlungsverpflichtungen keine Existenzsicherung mehr möglich ist.)

Die Veranstaltung kann sowohl mit dem Thema Haushaltsplanung anhand einer Fallgeschichte, als auch mit dem Thema Werbung fortgeführt werden.

Überleitung zur Haushaltsplanung: Wir haben gehört, dass es viele Ursachen für Überschuldung gibt. Überhöhter Konsum ist eine davon, aber auch eine vollkommen unrealistische Haushaltsplanung gehört dazu, d.h. die Leute wissen eigentlich gar nicht wie viel Geld sie haben und für was sie es ausgeben. Hier kann ein Haushaltsplan helfen. (Fortführung siehe Unterrichtseinheit „Fallgeschichten zu Lebensereignissen und Schulden“)

ALTERNATIV

Überleitung zu Werbung: Wie kommen wir dazu, uns ein ganz bestimmtes Produkt zu wünschen? Wer hat Interesse daran, dass wir uns möglichst viel wünschen bzw. möglichst viel konsumieren?

6) Werbung Teil 1 (ca. 25 Min.)

Im Plenum

Mehrere Anfänge von Werbesprüchen in die Klasse sagen und die SchülerInnen die Werbesprüche ergänzen lassen, z.B.:

- Adelholzener vom ...
- Nokia connecting ...
- Mac Donalds, ich ...

Wichtig ist es, Beispiele zu nehmen, die den Jugendlichen möglichst vertraut sind.

Die SchülerInnen werden nach weiteren Beispielen gefragt.

Fragen in die Klasse: Wie lange haben Sie dafür gebraucht, um die Sprüche auswendig zu können? (Durch die viele Wiederholung und emotionale Botschaften wird Werbung i.d.R. sehr schnell gelernt. Die Präsenz von Werbung im Alltag wird anhand der folgenden Frage verdeutlicht.)

Im Plenum

„Wo begegnet uns von morgens bis abends Werbung?“

Die Aussagen sammeln und ein Tafelbild erstellen, z.B. eine Sonne und einen Mond verbunden durch eine sich schlängelnde Linie, die den Verlauf des Tages symbolisch darstellt.

Überleitung: Werbung begegnet uns täglich also mehrmals. Wer weiß, mit welchen Tricks Werbung arbeitet? Ergebnisse in der Klasse sammeln.

Im Plenum

Folie „Werbestrategien“ kurz besprechen.

→ Ziel: Erkennen, wie präsent Werbung im eigenen Alltag ist. Ziele von Werbung kennenlernen.

7) Werbung Teil 2 (ca. 45 Min.)

Im Vorfeld einige aktuelle Werbeanzeigen aus jugendnahen Zeitschriften auf Folie kopieren.

Zu zweit

Jede Zweiergruppe bekommt das Arbeitsblatt „Wir bewerten Werbung“. Auf Folie wird eine der Werbeanzeigen gezeigt und die Zweiergruppen sollen das Arbeitsblatt für die gezeigte Werbung bearbeiten.

Im Plenum

Austausch der Ergebnisse und kurze Diskussion. (Bei der Beschreibung der dargestellten Personen aus der Werbung den Bogen zu der gewünschten Selbstbeschreibung des Arbeitsblattes „Wünsche und Bedürfnisse“ (Punkt 4) herstellen, z.B. durch folgende Fragen: Haben die Personen Eigenschaften, die Sie auch gerne hätten. Schauen Sie mal auf das Arbeitsblatt, welche Eigenschaften Sie angekreuzt haben. Überlegen Sie, welche Wirkung es auf Sie hat, wenn die Personen so sind, wie Sie auch gerne sein würden.) 3-4 Durchgänge mit weiteren Werbefolien.

In Gruppenarbeit (a 4 SchülerInnen)

Jede Gruppe soll die Verpackung von einem Produkt bewerten, dass die SchülerInnen an dem Tag dabei haben, z.B. Getränkeflasche einer Limonade, Schminksachen, Süßigkeiten. Dazu verwenden die SchülerInnen das Arbeitsblatt „Wir bewerten Werbung Teil 2“. Wenn noch Zeit ist, werden die Gruppen gebeten, sich einen Werbeslogan für ihr Produkt zu überlegen.

Im Plenum

Die Gruppen werden gebeten kurz ihr Produkt mit ihrem Werbeslogan zu zeigen und ihre Ergebnisse darzustellen. Andere SchülerInnen können ergänzen, wenn ihnen noch etwas einfällt.

→ Ziel: Werbestrategien erkennen, Bewusstsein über die Wirkung von Werbung entwickeln.

8) Abschluss und Feedback (ca. 10 Min)

Im Plenum

Haben Sie einen Zusammenhang zwischen Ihren Wünschen und Bedürfnissen und der Werbung gesehen? Wann werden Sie schwach?

Gibt es noch Fragen?



Nehmen Sie sich zehn Minuten Zeit für Ihre Wünsche und Bedürfnisse

1. Was hat Sie letzte Woche glücklich gemacht?

2. Sie haben bei einer Fee fünf Wünsche frei, was wünschen Sie sich? (alles außer Geld ist möglich)

3. Welche Ihrer Bedürfnisse müssen unbedingt erfüllt sein?

4. Wie möchten Sie gerne sein? Wählen Sie fünf der Adjektive aus:

hilfsbereit, lässig, nett, beliebt, erfolgreich, attraktiv, vertrauenswürdig, sportlich, selbstbewusst, glücklich, intelligent, sexy, zuverlässig, stark, verantwortungsbewusst, schlank, lustig, geduldig, schlagfertig



Problematischer Konsum?!

Lesen Sie folgende Geschichten durch und beantworten Sie die Fragen.

1. Fall

Susanne hatte einen sehr stressigen Tag in ihrem Ausbildungsbetrieb. Nach Feierabend kauft sie sich eine neue Handtasche und geht Pizza essen, um ihre Freizeit noch zu genießen. Als Susanne dann im Bett liegt, ärgert sie sich etwas, dass sie heute wieder so viel Geld ausgegeben hat. Schließlich muss ihr Lohn noch zwei Wochen reichen.

Warum glauben Sie hat sich Susanne, trotz ihres geringen Geldes, eine neue Handtasche gekauft?

2. Fall

Markus spart schon seit langem auf ein neues Handy und eine Markenjeans. Heute hat er sich beides gekauft und kann es kaum erwarten, beides morgen in der Klasse zu zeigen.

Warum zeigt Markus seine neue Sachen den Freunden?

3. Fall



Maria geht heute gleich nach der Schule wieder in die Stadt. Sie zieht dann von Kaufhaus zu Kaufhaus und wird wieder alles Mögliche einkaufen. Es geht Maria gar nicht so sehr um die Sachen, ihr Kleiderschrank ist eh schon voll. Aber das Kaufen selber gibt ihr einen Kick, auch wenn sie weiß, dass sie die Sachen gar nicht braucht.

Es ist problematischer Konsum, weil

Es ist gelungener Konsum, weil



FORMEN VON KONSUM

„gelungener“ Konsum	„problematischer“ Konsum
<div style="text-align: center;"></div> <p>Ich kaufe und bin danach zufrieden mit dem, was ich erstanden habe ... Ich erinnere mich später auch noch gern an den Kauf ...</p> <p>Kaufen ist:</p> <ul style="list-style-type: none"> • einen Wunsch erfüllen • etwas Notwendiges beschaffen • etwas „Lustvolles“, Schönes 	<div style="text-align: center;"></div> <p>Ich kaufe und ärgere mich später über das Gekaufte bzw. auch über die Tatsache, dass ich überhaupt etwas gekauft habe ... Ich kaufe mir mehr, als ich mir finanziell leisten kann.</p> <p>Kaufen ist:</p> <ul style="list-style-type: none"> • unüberlegtes Handeln • nur der momentane Kaufakt ist wichtig, das Gekaufte ist unwichtig • ein innerer Zwang

PROBLEMATISCHER KONSUM

Demonstrativer Konsum	Kompensatorischer Konsum	Kaufsucht
<p>Ich kaufe, um mich durch meinen Besitz bei anderen beliebt zu machen ...</p> <p>Ich suche Anerkennung und Liebe ...</p>	<p>Ich kaufe, um meine Probleme zu bewältigen ...</p> <p>Ich kaufe wegen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Frust • Stress • Liebeskummer • Job verloren • ... 	<p>Ich kaufe aus den gleichen Gründen wie bei den Spalten vorher, nur kann ich mich nicht mehr kontrollieren ...</p> <p>Ich „muss“ kaufen ... Das Kaufen gibt mir einen „Kick“ ...</p> <p>Das was ich gekauft habe, ist mir nicht wichtig ...</p> <p>Folgen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • drohende Überschuldung • Krankheit • ...



Werbestrategien

Werbung bezweckt Einstellungs- und Verhaltensänderungen durch verschiedenste Kommunikationsmittel

- Markenprodukte werden mit Bedeutung aufgeladen (= Symbolwert)
z.B.: in einem Werbespot für ein bestimmtes Männerparfum wird der Duft in Verbindung gebracht mit Coolness, Männlichkeit, Sportlichkeit.
z.B.: ein gefülltes Schokoladenei steht für ...
- Werbung wird als Information „getarnt“ (besonders oft in Zeitschriften)
- Es wird Kaufdruck durch kurzfristige Angebote erzeugt
„Alles um fünfzig Prozent reduziert, aber nur für kurze Zeit.“
- Immer wieder Wiederholung
z.B.: gut zu beobachten bei Werbeblöcken im Fernsehen.
Werbung für dasselbe Produkt auf Plakatwänden, im Fernsehen / Kino, an Bushaltestellen etc.
- Product-Placement
z.B.: werden Autos einer bestimmten Marke in Actionfilmen von den HeldInnen gefahren.
- Sponsoring
z.B.: Sportsponsoring, populäre SportlerInnen werden von Marken finanziell unterstützt und tragen das Markenlogo auf dem Trikot.



Wir bewerten Werbung

Arbeitsauftrag: Betrachten Sie die Werbefolien genau. Beantworten Sie mit Ihrem Banknachbarn/Ihrer Banknachbarin folgende Fragen. Halten Sie die Ergebnisse stichpunktartig fest.

Werbefolie:

1. Wofür wird geworben?

2. Welche Zielgruppe soll angesprochen werden?

3. Beschreiben Sie die dargestellten Menschen möglichst genau (z.B. jung/alt, aktiv/faul ...)

4. Wofür steht dieses Produkt laut der Werbung (Symbolwert)?



Wir bewerten Werbung Teil 2

Arbeitsauftrag: Beantworten Sie in der Gruppe folgende Fragen zu der Werbung auf der Verpackung. Halten Sie die Ergebnisse stichpunktartig fest, um sie später präsentieren zu können.

Verpackung:

1. Wer soll durch die Verpackung angesprochen werden (z.B.: Männer oder Frauen, junge oder alte Menschen ...)?

2. Was spricht Sie an der Verpackung an?

3. Welche Rolle spielen die Farben?

4. Welche Informationen bekommen Sie auf der Verpackung über das Produkt?

5. Würden Sie das Produkt kaufen? Begründen Sie ihre Entscheidung.
