

## **Modul 1 Das muss ich haben! Konsum und Werbung**

**Baustein: K1**

### **„Wünsche - Spiel“**

**Ziel:** Einführung in das Thema, Reflektion des eigenen Konsumverhaltens

**Kurzbeschreibung:** Teilnehmer setzen sich in Kleingruppen mit ihren eigenen Wünschen und ihrem daraus folgenden Konsum und Geldausgabeverhalten auseinander. Thematisierung von Geld und Moral bzw. Ethik.

**Methode:** Diskussion in der Gruppe; Kleingruppenarbeit bzw. Gruppenpuzzle; Präsentation im Plenum

#### **Beschreibung:**

Das Spiel dient als inhaltlicher Einstieg und Einführung in die Thematik. Die Schüler sollen sich mit den eigenen Wünschen und Bedürfnissen beschäftigen und diese voneinander abgrenzen können. Sie sollen überlegen, was man für Geld kaufen kann und was nicht. Sie sollen sich bewusst machen, dass viele Wünsche nicht mit Geld „erkauft“ werden können.

Das „Wünsche - Spiel“ besteht aus Fragen, auf die die Teilnehmer in Gruppen Antworten suchen. Dafür bekommt jede Kleingruppe ein Arbeitsblatt 1: Wünsche – Spiel /Fragen. Die Antworten werden von den Teilnehmern auf Flipchart, Tafel oder Moderationskarten notiert.

Das Ergebnis wird zum Schluss vor der ganzen Gruppe präsentiert und diskutiert.

Eventuell werden den Arbeitsgruppen jeweils nur ein Teil der Fragen vorgelegt, so dass jede Arbeitsgruppe andere Fragen beantwortet. Diese Vorgehensweise eignet sich auch als Gruppenpuzzle. Die Fragen und Antworten werden ggf. im Plenum zusammengeführt.

Alternativ kann mit Hilfe des Arbeitsblattes 2: Wünsche – Spiel/Fragen (Einzelarbeit) jeder Teilnehmer still oder mit dem Sitznachbarn für sich arbeiten.

Auf dem Arbeitsblatt 3, das sich ab Klasse 9 eignet, geht es um den ethisch-moralischen Hintergrund von modernen „Konsum-Möglichkeiten“.

Auch hier ist Kleingruppenarbeit oder Stillarbeit möglich.

## Arbeitsblatt 1: „Wünsche-Spiel“ (Kleingruppenarbeit)

- Ist das Thema „Geld“ für Sie erfreulich/angenehm? Oder ist es eher unangenehm/stressig? Oder sehen Sie beide Aspekte?  
Suchen Sie Beispiele und Argumente.
- Kennen Sie Einkäufe aus Frust, aus Wut oder um Kummer loszuwerden? Ist das „guter“ oder „problematischer“ Konsum? Wie kann man problematischen Konsum vermeiden, welche Alternativen gibt es zum Stressabbau oder zum „Kummer-Loswerden“? Suchen Sie Beispiele und Antworten.
- Was sind die drei wichtigsten Dinge, die Sie innerhalb der nächsten 12 Monate kaufen wollen? Wie finanzieren Sie das? Was sagen Ihre Freunde dazu?
- Gibt es auch „Glück“, das man nicht kaufen kann? Wenn ja: Nennen Sie Beispiele.
- Was finden Sie besser: Wünsche gleich erfüllen und später bezahlen? Oder langsam machen, sparen und warten, bis das Ersparte zum Kaufen reicht? Nennen Sie Vor- und Nachteile.
- Gibt es Risiken, wenn man einen Kredit aufnimmt? Welche könnten das sein?
- Was ist wirklich wichtig in Ihrem Leben? Nennen Sie 3 Dinge, Wünsche oder Ziele und begründen Sie, warum die wirklich wichtig sind.
- Was hat Sie in den letzten 2 Wochen wirklich glücklich gemacht? Begründen Sie.
- Woher kommt das Geld zum Leben? Nennen Sie drei Möglichkeiten und bewerten Sie deren Vor- und Nachteile.
- Kaufen mag ich/mag ich nicht, weil...
- Kleidung ist für mich...
- Mein Handy ist für mich...
- Ohne Handy bin ich...

Baustein K1	Teilnehmerversion	Modul 1
-------------	-------------------	---------

## **Arbeitsblatt 2: „Wünsche–Spiel“ (Einzelarbeit)**

Ist das Thema „Geld“ für Sie bzw. Ihre Familie erfreulich und angenehm? Oder ist es eher unangenehm, stressig, bedrückend? Vielleicht sehen Sie beide Aspekte? Suchen Sie Antworten und Beispiele.

Kennen Sie Einkäufe aus Frust, Wut oder um Kummer loszuwerden? Soll man etwas dagegen tun? Wenn ja: Was kann man sonst tun, um Wut oder Kummer loszuwerden?

Was sind die drei wichtigsten Dinge, die Sie in den nächsten 12 Monaten kaufen wollen? Wie wollen Sie das finanzieren? Was wollen Sie später unbedingt besitzen?

Was finden Sie besser: Wünsche gleich erfüllen und später bezahlen? Oder langsam machen, sparen und warten, bis das Ersparte zum Kaufen reicht? Nennen Sie Vor- und Nachteile.

Was ist wirklich wichtig in Ihrem Leben? Gibt es „Glück“, das man nicht kaufen kann? Was hat Sie in den letzten 14 Tagen wirklich glücklich gemacht? Nennen Sie Beispiele.

Kaufen mag ich/mag ich nicht, weil...

Kleidung ist für mich...

Mein Handy ist für mich...

Ohne mein Handy bin ich...

Baustein K 1	Teilnehmerversion	Modul 1
--------------	-------------------	---------

## Arbeitsblatt 3: Was man kaufen kann, Konsum und Moral

### Bezahlte Überholspur

In den USA gibt es einen Trend zur schnellen Sonderspur auf den Freeways. Besonders Pendler können dem zäh fließenden Berufsverkehr gegen Bezahlung auf eine schnellere Spur entfliehen. Für diese Spezial-Spuren sollten Fahrgemeinschaften eingerichtet werden, um Staus und Luftverschmutzung zu reduzieren. Inzwischen können vielerorts auch Alleinfahrer für eine Gebühr bis zu 10 Dollar die Sonderspuren nutzen. Während der Berufsverkehr z. B. auf dem Riverside Freeway bei Los Angeles in den Gratisspuren mit zähen 20 bis 30 km/h fließt, rauschen die zahlenden Alleinfahrer mit 90 km/h vorbei.

Bewerten Sie diese „Kaufmöglichkeit“. Zählen Sie Vor- und Nachteile auf und begründen Ihre Position.

### Schlangestehen

Bei manchen Kunst-Ausstellungen gibt es lange Schlangen, manchmal muss man stundenlang für den Einlass anstehen. So war es zum Beispiel in Berlin, bevor Anfang 2015 die Nationalgalerie für mehrere Jahre schloss. So ist es auch, wenn das New Yorker Public Theatre in jedem Sommer im Central Park kostenlose Shakespeare-Aufführungen veranstaltet und Gratistickets ausgibt. Aber auch im Bürgeramt muss man manchmal stundenlang für einen Termin anstehen.

Daraus hat sich vielerorts ein Geschäft entwickelt. Wer eine Karte oder einen Termin ergattern will, bezahlt einen Rentner, Studenten oder Obdachlosen für das stellvertretende Warten. In Washington D.C. bezahlen Lobbyisten ihnen für das manchmal 10- oder mehrstündige Warten auf Anhörungen zu Gesetzesvorschlägen im Kongress 36 bis 60 Dollar je Stunde Warten in der Schlange, was 1995 in einem Leitartikel der „Washington Post“ stark kritisiert wurde.

Bewerten Sie diese „Kaufmöglichkeit“. Zählen Sie aus den verschiedenen Perspektiven von Beteiligten deren mögliche Argumente auf und begründen eine eigene Position.

### Bargeld für Sterilisation

In jedem Jahr werden hunderttausende Babys von drogenabhängigen Müttern geboren. Viele dieser Babys sind von Geburt an drogenabhängig, manche sind körperlich unterentwickelt oder werden in der Folge von ihren Müttern vernachlässigt. In den USA bietet die Hilfsorganisation Project Prevention folgende Lösung an: Drogenabhängige Frauen erhalten 300 Dollar in bar, wenn sie sich sterilisieren lassen oder langfristige Empfängnisverhütungsmittel einsetzen lassen. Seit Beginn des Programms in 1997 haben mehr als 3000 Frauen dieses Angebot angenommen. Es wurde auch auf Kenia ausgedehnt. Bewerten Sie dieses Programm. Zählen Sie die verschiedenen Argumente auf und begründen Sie eine eigene Meinung.

### Geld für gute Schulnoten

Manche Eltern zahlen ihren Kindern Geld für gute Schulnoten, oft werden zuvor „feste Preise“ festgelegt. In den USA gibt es auch einzelne Schulen, die ihre Schüler für gute Noten oder gutes Benehmen, Anwesenheit oder das Anfertigen von Hausaufgaben mit Sachwerten oder Geld belohnen. Inzwischen bietet ein Dutzend Staaten in den USA finanzielle Anreize für Schüler und Lehrer bei erfolgreichem Abschneiden in den Advanced-Placement Programms an. Damit soll insbesondere Schülern aus Minderheiten und niedrigen Einkommensgruppen ein Anreiz gesetzt werden.

Bewerten Sie. Werden die Anreize funktionieren? Begründen Sie Ihre eigene Meinung

Baustein K 1	Teilnehmerversion	Modul 1
--------------	-------------------	---------

### **Gesund leben**

Manche Arbeitgeber bezahlen ihren Arbeitnehmern eine Prämie, wenn diese nicht rauchen. Für die Arbeitgeber lohnt sich das, weil ihre Angestellten so gesünder sind. Auch manche Krankenkassen wollen Prämienmodelle für ihre Versicherten einführen: Nichtraucher erhalten einen finanziellen Bonus. In den USA gab es Projekte, die Gewichtsreduzierung finanziell zu belohnen. Auch in England legte der Nationale Gesundheitsdienst NHS ein Programm „Pfund gegen Pfunde“ auf, das übergewichtigen Personen bis zu 425 Pfund zahlte, wenn sie abnahmen und ihr Gewicht zwei Jahre lang hielten. Es gibt Apps, die Gesundheitsparameter dokumentieren (u. a. Essgewohnheiten, Bewegung, Blutdruck). Dazu passend gibt es Überlegungen, nach denen Krankenkassen ihren Versicherten eine finanzielle Belohnung zahlen, wenn diese die App nutzen und der Krankenkasse übermitteln. Dabei soll die Entlohnung nach erreichten gesundheitlichen Erfolgen (z. B. Gewichtsreduktion, ausreichend Bewegung) gestaffelt sein.

Bewerten Sie diese finanziellen Anreizprogramme. Begründen Sie Ihre eigene Meinung.

### **Was für Geld zu kaufen ist**

Gibt es Dinge, die für Geld zu kaufen sind, die aber nicht käuflich sein sollten? Beispielsweise kann man eine Niere kaufen. Das ist nach deutschem Recht verboten, trotzdem findet es in anderen Ländern statt. Und auch Deutsche sind dabei Käufer. Die transplantierten Nieren stammen meist von Menschen aus armen Ländern. Der aus den USA stammende Richter Richard Posner machte vor einigen Jahren Schlagzeilen mit dem Vorschlag, zur Adoption stehende Babys zu versteigern. So sei sichergestellt, dass ihnen ein Leben ohne materielle Armut bevorstehe. Es gibt Menschen, die gegen Entgelt für andere Liebesbriefe schreiben, weil sie so schön formulieren können. Sie schreiben auch Entschuldigungsbriefe oder Hochzeitsreden. Politiker lassen sich von Angestellten Reden schreiben. Auf illegalen Wegen kann man sich eine Doktorarbeit schreiben lassen und diese an der Universität einreichen, damit man einen Dokortitel führen kann.

Was sollte gekauft werden dürfen und was nicht? Bewerten Sie die Beispiele. Finden Sie eigene Beispiele und begründen Sie eine eigene Meinung.

### **Werbung in der Schule**

Manche Firmen bringen Werbung in die Schule. Da gibt es Plakate, die für Pausensnacks oder für Marken-Bekleidung werben. Doch wie weit darf oder sollte solche Werbung gehen? Sollen Flächen auf Toilettenwänden vermietet werden, zum Beispiel mit Videobildschirmen? Sollten Werbeartikel geduldet werden, wie zum Beispiel Schülerkalender, die Werbeanzeigen enthalten? Sollte eine Schule zum Beispiel Hennes & Mauritz-Gymnasium genannt werden dürfen, wenn der Hersteller dafür die Sanierung der Turnhalle bezahlt? Oder ist es okay, wenn die Firma Apple die Schule mit ihrer IT-Technik ausstattet, dafür andere IT-Marken nicht mehr verwendet werden dürfen? Darf Coca-Cola das exklusive Recht zum Verkauf von Softdrinks, Säften und Wässern an einer Schule bekommen, wenn dafür die Schultoiletten saniert werden?

Bewerten Sie. Nennen Sie Vor- und Nachteile und begründen Sie Ihre eigene Meinung.

Baustein K 1	Teilnehmerversion	Modul 1
--------------	-------------------	---------

## **Modul 1 Das muss ich haben! Konsum und Werbung**

**Baustein: K2**

### **DVD Moneycare - „Wach auf!“**

**Ziel:** Sensibilisierung für das Thema „Schulden“; Schulung von kritischer Konsumkompetenz

**Kurzbeschreibung:** Vorstellung und Anschauen der DVD; Diskussion darüber

**Methode:** DVD, Diskussion

**Anmerkung:** Die DVD enthält drei Filme. Bei dem Film „Wach auf!“ ist ein es gut, wenn Lautsprecher mit starken Bässen verwendet werden können. Hinweis: Dieser Film ist auch auf YouTube unter „AWO Wach auf“ zu sehen (Stand 02/2015).

#### **Beschreibung:**

Die DVD Moneycare – „Wach auf!“ entstand 2008/2009 in Berlin.

Sie ist das Produkt eines Wettbewerbs zum Thema „Schuldenprävention bei Jugendlichen“, der durch die damalige Senatsverwaltung für Gesundheit, Umwelt und Verbraucherschutz ausgeschrieben wurde. Die Schuldnerberatung der Arbeiterwohlfahrt AWO Berlin Spree-Wuhle e.V. hatte für das Projekt Jugendliche aus dem Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg mit Künstlern und Profis des Jugend- und Kulturzentrums Schlesische 27 e. V. zusammengebracht.

In zwei Workshops wurde über Konsum, Geld und Schulden gesprochen und diskutiert. Die gewonnenen Eindrücke wurden von den Jugendlichen und Künstlern schließlich in Musik, Filme und einen Rap umgesetzt. Entstanden sind ein Plakat und drei Filme. Es wurde nicht auf bereits vorhandenes Filmmaterial, Musik u. ä. zurückgegriffen. Stattdessen ist alles – einschließlich der Musik und des Textes für den Rap - selbst erdacht, konzipiert und komponiert.

Für das Plakat „Zuviel konsumiert- jetzt frustriert“ sind noch Restbestände bei der Schuldnerberatung AWO Berlin Spree-Wuhle e.V., Yorckstraße 4-11, 10958 Berlin, Tel. 90298 3694, inso@awo-spree-wuhle.de kostenlos erhältlich.

Die Filme sind sehr verschieden. Ursprünglich sollte nur der Siegeltitel für die Präventionsarbeit mit jungen Menschen eingesetzt und verbreitet werden. Da jedoch gerade die Verschiedenheit der künstlerischen Arbeit spannend ist, empfiehlt sich folgende Vorgehensweise:

Die Entstehungsgeschichte sollte kurz erläutert werden. Dann werden die Filme angesehen. Anschließend wird diskutiert:

- Welcher Film hat Ihnen am besten gefallen? Warum?
- Welche Botschaften wollen die Jugendlichen mit den Filmen übermitteln?
- Ist das gut oder weniger gut gelungen?
- Was fällt Ihnen zum Thema Schulden ein? Was haben Schulden mit dem Thema „Werbung und Konsum“ zu tun?

Der Text des Raps ist auf der nächsten Seite abgedruckt.

#### **Hinweis:**

**Im Kunstunterricht** bietet es sich an, die Schüler eigene Ideen zum Thema „Geld, Konsum und Schulden“ umsetzen zu lassen. Es können z. B. Kurzfilme entstehen, Collagen oder Plakate.

Gut ist es, die Schüler zuvor in die Thematik einzuführen, z. B. Experten aus der Schuldnerberatung einzuladen. Die Schüler können danach ihrer Kreativität freien Lauf lassen und ihre Ideen umsetzen.

Es kann auch ein Projekt durchgeführt werden, in dem die Schüler selbst „Werber“ werden. Das kann sich auf die Erstellung eines Werbemittels für ein eigenes ausgedachtes Produkt beschränken.

Das Thema kann aber auch breiter aufgezogen werden: Die Schüler überlegen, welche selbst herzustellenden Produkte sie ihren Mitschülern aus anderen Klassen (zum Beispiel in den Pausen oder auf dem Schulfest) verkaufen könnten. Selbstgebackene Kekse in selbsthergestellten Schachteln? Buchumschläge oder Lesezeichen? Schlüsselanhänger? Selbstbedruckte Schul-Shirts, Schals, Halstücher? Es kann eine Bedarfsanalyse und „Kundenbefragung“ durchgeführt werden. Dann werden die Produkte erdacht, entworfen und gestaltet. Danach wird überlegt, welche Werbemittel für den Absatz der erstellten Produkte geeignet sein könnten und wie diese gestaltet werden sollen. Die Werbemittel werden entwickelt und es wird festgelegt, wann und wo sie eingesetzt werden. Schließlich erfolgt der tatsächliche Abverkauf. Eine weitere „Kundenbefragung“ kann Zufriedenheit der „Kunden“ und Verbesserungspotentiale untersuchen.

Text zum Rap „Wach auf!“  
produziert im Rahmen des AWO Projektes „Moneycare - Pass auf Dein Geld Auf“ Anlage 4 des Berichtes

### Wach auf!

Hey, kann es sein, dass du dich das letzte mal gefragt hast,  
warum du in deinem Leben noch nie richtig was gespart hast?  
Und diese Realität fühlt sich jetzt an wie ein Kater.  
Ich höre mich an wie'n Vater doch bin so was wie ein Berater.  
Hey, du weißt, die Werbung verspricht dir ein schöneres Leben,  
doch beachtet man die Kosten nicht, gibt es größere Schäden.  
Erst nur kleingedruckt und vor Gericht dann ganz groß.  
Hast'n Haufen Schulden am Hals, dann geht der Spaß los.  
Jede Woche ist der Briefkasten Rand voll,  
Rechnungen und Mahnungen und Ratenzahlung na toll!  
Nur weil du schnell diese eine Unterschrift gemacht hast  
und weil du nicht vorher über die Kosten nachgedacht hast.  
Der Mensch ist eine Konsummaschine und feiert sich selbst damit.  
Die Jagd ist eröffnet und es machen sogar die Eltern mit.  
Es geht um bling bling, schick schick und ching ching  
und am Ende ist in deiner Potte einfach nix drin!

#### **Ref.**

Wach auf, wach auf! Der Vertrag ist unterschrieben  
Pass auf, pass auf! Denn die Rechnungen sind geblieben  
Wach auf, wach auf! Dein Geld ist rausgeschmissen  
Pass auf, pass auf! Werbung hat dich angeschissen

Hey kennste noch die Eine? Sie hieß Mandy, damals  
hat sie sich nen Typen angelacht jetzt hat sie ihn am Hals.  
Er hat Schulden bei der Bank und hat trotzdem eine dicke Karre,  
cruised jeden Abend durch die Hood und macht'n Dicken damit  
und jetzt will er an die Kohle von Mandy.  
Er braucht'n neues Haus, neues Boot und ein Handy  
und sie voll verliebt lässt ihm alles durchgehen.  
Eröffnet ihm ein Konto und jetzt hat sie das Problem.  
Der Prall wird immer fetter und die Potte immer leärer.  
Dass sie keinen Cent mehr hat, merken sogar ihre Lehrer.  
Und so kommt es, dass sie irgendwann zur Tat schreiten muss,  
diesen Typen vor die Tür setzten und abschreiben muss.  
Doch die Schulden bleiben, denn der Strom muss bezahlt werden,  
sonst könnt's in ihrer Bude bald ziemlich kalt werden.

Tja, das ist die Story von Mandy  
und seitdem findet sie bestimmt keine Werbung mehr trendy.

#### **Ref.**

Und was bleibt? Hey, Geld ist nur Papier,  
doch hast du nichts davon bist du arm und verlierst.  
Is'n stetiger Prozess, der dich abhängig gemacht hat.  
Kein zurück, weil Kapital sich selbstständig gemacht.  
Der Geiz ist so geil und der Preis ist so heiß,  
dass die meisten nicht peilen, wo das Hirn dabei bleibt.  
Lass es regnen, das ist kein Leitsatz für dein Leben.  
Wollte eure Meinung regnen und mein Einsatz für euch geben.

#### **Ref.**



## Modul 1 Das muss ich haben! Konsum und Werbung

**Baustein: K3**

### Wünsche und Werbung

**Ziel:** Sensibilisierung: Welches Ziel und welche Wirkweisen hat Werbung?

**Kurzbeschreibung:** Nach einem theoretischen Input und Gruppendiskussion werden Werbematerialien untersucht.

**Methode:** Theoretischer Input/Vortrag; Diskussion in der Gruppe; Spiel „Werbung und ich“

Werbung setzt auf Gefühle und erweckt beim Zuschauer –oft unbewusst- die Erwartung, dass seine Wünsche durch den Erwerb des beworbenen Produkts erfüllt werden, so dass er durch den Kauf des Produkts z. B. glücklich oder erfolgreich wird. Der Mensch wird dabei nicht nur von Vernunft, sondern ganz wesentlich auch von seinen Wünschen und Gefühlen geleitet.

Jeder Mensch hat zunächst Bedürfnisse. Bedürfnisse sollten nicht mit Wünschen und Träumen gleichgesetzt werden. Sie sind grundlegend und müssen in einem gewissen Maß befriedigt werden, damit der Mensch lebt und gesund bleibt. Elementare Grundbedürfnisse sind zum Beispiel ausreichende und zweckmäßige Nahrung, Bekleidung und Wohnen.

Darüber hinaus haben Menschen auch viele Wünsche, die ursprünglich aus Bedürfnissen erwachsen, diese aber übersteigen und sozusagen „optimieren“. Wünsche sind also nicht identisch mit Bedürfnissen. Sie entstehen aber aus Bedürfnissen. Und: Der Mensch möchte sich seine Wünsche gerne erfüllen. Er will sie ausleben und umsetzen. Gerade junge Menschen sind dabei nicht besonders geduldig.

Natürlich gibt es viele verschiedene Wünsche und ebenso viele Wege und Strategien zu deren Umsetzung.

**Aufgabe an die Schüler:** Welche Bedürfnisse gibt es? Welche Wünsche gibt es, welche Wünsche haben Sie? Welche Wünsche sind wichtig oder weniger wichtig? Wann und wie können welche Wünsche erfüllt werden? Welchen Wunsch haben Sie sich zuletzt erfüllt? Welcher Wunsch muss noch länger warten?

Beispiele für Antworten:

- Sicherheit, Gesundheit, Geborgenheit
- Wertschätzung, Einbeziehung in die Gruppe
- Freundschaft, Liebe, Partnerschaft
- Attraktivität
- Selbstverwirklichung, Freiheit, Selbstbestimmung
- Unterhaltung, Ablenkung, Spaß
- Reichtum
- Hoher sozialer Status
- Schönheit
- Auto, Handy, Laptop, Bekleidung

Wünsche, die nicht abstrakt sind, sondern konkrete Sachen benennen (z. B. Auto, spezielle TV-Geräte, eigenes Haus) können an der Tafel einem Themengebiet (z. B. Sicherheit, Attraktivität, Partnerschaft, Spaß und Freizeit) zugeordnet und kategorisiert werden.

Hilfreiche Fragestellungen können sein: **Wie** wollt Ihr leben? **Wie** wollt Ihr sein? **Welche Eigenschaften** wollt Ihr haben? **Welche Dinge** wollt Ihr besitzen und **warum** sind sie wichtig? Was ist **der Unterschied zwischen Wünschen und Bedürfnissen**?

Auch die Frage nach den Wegen und Möglichkeiten, diese Wünsche zu erfüllen, kann in der offenen Gruppe an dieser Stelle diskutiert werden.

An Bedürfnissen und mehr noch an unseren Wünschen und Träumen knüpft Werbung an. Sie suggeriert uns, dass der Kauf eines Produktes z. B. glücklich macht oder gesund oder erfolgreich oder attraktiv usw.

Auch wenn es oft unbewusst passiert oder wir es nicht wahrhaben wollen: Werbung vermittelt uns Gefühle, und diese verknüpft unser Gehirn mit dem Produkt. Es ist gut, sich diese Verknüpfung bewusst zu machen, um einen „kühlen“ und kritischen Kopf zu bewahren.

Alle Wünsche sind aber immer auch mit einem **gegenteiligen „Spiegelbild“** gekoppelt: den Ängsten. Ein Beispiel: Wer nicht in Sicherheit lebt, der lebt in Unsicherheit und Gefahren, er muss sich fürchten. Wer nicht wertgeschätzt wird, der hat keine Freunde und ist alleine, das erzeugt unangenehme Gefühle und Ängste.

Der Extremzustand eines unerfüllten Wunsches/Bedürfnisses ist also eine mit Angst besetzte Lebenslage, die der Mensch nicht haben will. Und auch hier knüpft Werbung an, indem sie suggeriert: Es gibt eine Gefahr. Aber mit diesem Produkt brauchst du keine Angst zu haben. Damit lebst du in Sicherheit, wirst wertgeschätzt etc. Ohne das Produkt (z. B. eine Unfallversicherung) bist du in Gefahr. Ohne das neue Handymodell bist du ein Verlierer usw.

Anhand der aufgeschriebenen Wünsche – siehe oben - wird gefragt, ob die Schüler sich das jeweilige Gegenteil vorstellen können, vor dem man evtl. auch Angst hat und das man vermeiden möchte, zum Beispiel:

- Hunger, Obdachlosigkeit, Krankheit, Unsicherheit
- Fehlende Wertschätzung, Ablehnung und Verachtung durch andere
- Hässliches Äußeres, fehlende Attraktivität
- Unterdrückung, Fremdbestimmung
- Langeweile, Öde
- Armut
- Niedriger sozialer Status, Ausgrenzung

Unsere gesellschaftliche Wirklichkeit, insbesondere der Wirtschaftskreislauf der sozialen Marktwirtschaft basiert auch darauf, dass die Menschen Geld ausgeben, kaufen und konsumieren. Die Verbraucher (schon das Wort verdient Beachtung!) sollen motiviert werden, Dinge zu kaufen und ihr Geld auszugeben.

Insbesondere im Jugendalter zeigt sich im Konsum, ob jemand „in“ oder „out“ ist. Jugendkultur und Jugendkonsum sind in unseren modernen westeuropäischen Gesellschaften untrennbar verwoben. Dabei sind Kinder und Jugendliche eine wichtige Zielgruppe für die Unternehmen.

Frage an die Schüler: Was schätzen Sie, wieviel Geld Kinder und Jugendliche in Deutschland jährlich zum Ausgeben zur Verfügung haben? Die Kids Verbraucheranalyse 2014 (Egmont Ehapa Verlag) geht pro Kind bzw. Jugendlichen von einem durchschnittlichen Taschengeld von 27,50 € monatlich sowie Bargeschenken zu Weihnachten, zum Geburtstag usw. von durchschnittlich 189 € jährlich aus. Bei 5,83 Millionen Kindern und Jugendlichen sind das 3025.770000 €. Dazu kommen für ca. 60 % der Jugendlichen weitere unregelmäßige Zuwendungen von Verwandten, für gute Schulnoten (41 %) und für Hilfe im Haushalt (23 %). Mit weit mehr als 30 Milliarden verfügbarem „Einkommen“ stellen die Kinder und Jugendlichen also eine attraktive Zielgruppe dar.

Wie bringt man den Verbraucher nun am besten dazu, sein Geld auszugeben? Ein wirksames Mittel zur Kaufmotivation und Kaufentschließung ist Werbung. Sie soll Menschen dazu bringen, Geld für ein bestimmtes Produkt auszugeben.

Der Drang des Menschen nach Bedürfnisbefriedigung/ Erfüllung von Wünschen ist also eine der wichtigsten Antriebskräfte des marktwirtschaftlichen Systems.

Das Spiel „Werbung und ich“ macht dies deutlich und erfahrbar.

## Modul 1 Das muss ich haben! Konsum und Werbung

Baustein: K 3 - Spiel

### „Werbung und ich“ (Spielanleitung)

**Ziel:** Sensibilisierung: Welches Ziel hat Werbung? Hält Werbung ihr Versprechen?

**Kurzbeschreibung:** Die Teilnehmer analysieren Werbematerialien.

**Methode:** Kleingruppenarbeit oder Gruppenpuzzle. Pro Kleingruppe werden fünf Werbeträger sowie fünf Arbeitsblätter und eine Stichwortliste ausgegeben.

**Anmerkung:** Das Unterrichtshandbuch MoneyCare ist online kostenlos erhältlich. Eine gedruckte Version können Sie auch zum Selbstkostenpreis bestellen. Zu dem dabei mitgelieferten Begleitmaterial gehören u. a. laminierte Werbeträger.

Sie können diese auch selbst herstellen, indem Sie Werbeseiten aus Zeitschriften sammeln. Besonders eignen sich dafür „Hochglanzmagazine“ wie z. B. Spiegel, Stern, Brigitte, Bravo oder Focus. Das Werbematerial kann auch z. B. aus Geschäften, Wurfsendungen oder Zeitschriften stammen. Das Material kann, insbesondere wenn es für einen mehrfachen Gebrauch bestimmt ist, laminiert werden. Bei den Materialien gibt es die Möglichkeit, jeder Kleingruppe dieselben Materialien zu geben, so kann danach in der ganzen Gruppe ein Vergleich der Ergebnisse vorgenommen werden. Die Autorinnen empfehlen jedoch, auch im Hinblick auf die Präsentation in der Gruppe, jeder Gruppe andere/verschiedene Materialien zu geben.

Alternativ wird für jede Kleingruppe von der Lehrkraft eine Zeitschrift mitgebracht. In diesem Fall werden die Schüler gebeten, sich selbst Werbematerial auszuwählen, die Zeitschrift bleibt unzerschnitten und kann wiederholt eingesetzt werden.

Jede Kleingruppe bekommt fünf Werbeträger/Werbematerialien zugewiesen.

In der Kleingruppe werden die Fragen aus dem Arbeitsblatt diskutiert und schriftlich in Stichworten beantwortet.

Jede Kleingruppe wählt ihren „Favoriten“.

Zum Schluss stellt der Sprecher der Kleingruppe allen Teilnehmern das Ergebnis der Kleingruppenarbeit vor.

Jede Kleingruppe stellt außerdem ihren „Favoriten“ vor und begründet kurz die Auswahl.

Zum Schluss wird im Plenum über die „Favoriten“ abgestimmt: Welche Werbung ist am besten gelungen?

## Stichwortliste: „Werbung und ich“

Diese Stichwortliste ist eine Hilfestellung für das Arbeitsblatt. Die unten genannten Wünsche, Ängste und „Versprechen“ werden häufig in der Werbung verwendet:

- Schönheit
- Lebensfreude, Glück, glücklich sein
- Träume und Hoffnungen werden wahr
- Gesundheit
- Sicherheit
- Attraktiv sein, besondere Ausstrahlung auf andere
- dazugehören
- Angst vor Krankheit
- Angst vor Alleinsein
- Angst davor, nicht dazu zu gehören
- Das kann ich auch haben
- Verdummung
- Bequemlichkeit / Faulheit
- Ungeduld
- schnell kaufen, sonst ist es zu spät, Sonderangebot
- andere werden mich beneiden
- schnell kaufen, später bezahlen, kein Problem
- Gutes für meine Kinder
- Meine Kinder werden glücklich sein
- Meine Kinder werden mich lieben
- modern sein, „in“ sein
- gesund sein
- sich gesund ernähren
- das schmeckt besonders gut
- kein Risiko
- billig
- das muss einfach sein!
- macht glücklich
- Wünsche erfüllen
- einfach
- sexy
- sehr männlich/weiblich
- Schnäppchen, besonders preiswert
- Abenteuer
- Die neueste Technik
- Voller Energie
- Macht, Power

Baustein K3	Teilnehmerversion	Modul 1
-------------	-------------------	---------

## Arbeitsblatt: „Werbung und ich“

Was für ein Produkt wird beworben?

Welches Thema hat die Werbung (z. B. Gesundheit, Körperpflege, Handy usw.) ?

Was ist zu sehen? Bitte möglichst genau beschreiben (z. B. „...zwei glückliche Menschen...“)

Welche Kundenzielgruppe soll angesprochen werden (z. B. Kinder, junge Menschen...)

Welche Gefühle sollen beim Betrachter angesprochen werden?

Welches Versprechen gibt die Werbung, welche Hoffnung weckt sie?

Würden Sie das Produkt gerne kaufen?

Warum würden Sie das Produkt kaufen bzw. nicht kaufen? Bitte kurz begründen.

Was denken Sie: Wird das Produkt sein Werbeversprechen erfüllen, wenn Sie es kaufen?  
Warum bzw. warum nicht?

Baustein K3	Teilnehmerversion	Modul 1
-------------	-------------------	---------