

Consumer Decisions

Lehrplanbezug und Lernziele: Die Lerneinheit bezieht sich auf den Lehrplanabschnitt WR 9.1.1 *Entscheidungen beim Konsum*.

Es handelt sich bei diesem Themenbereich um den Einstieg in das Fach Wirtschaft und Recht. Die Bezeichnung „Entscheidungen“ unterstreicht den handlungs- und kompetenzorientierten Ansatz des Faches generell und der Unterrichtssequenz im Speziellen. Neben dem Wirtschaftlichkeitsprinzip soll dabei vor dem Hintergrund der Ressourcenknappheit insbesondere auch das Nachhaltigkeitsprinzip zum Einsatz kommen. Im Bereich der Methodenkompetenz stehen Informationsbeschaffung und reflektierte Entscheidungsverfahren wie z. B. eine gewichtete Entscheidungsmatrix im Vordergrund.

Aufbau der Lerneinheit: Die Lernmaterialien sind für ca. sieben bis acht Unterrichtsstunden ausgelegt. Die Aufteilung in einzelne Unterrichtsstunden ist nur ein Vorschlag, da sie deutlich variieren kann, je nachdem, wie schnell die Schülerinnen und Schüler in den schülerzentrierten Arbeitsphasen vorankommen, ob man in Einzel- oder Doppelstunden unterrichtet und ob die Klasse bereits bilinguale Unterrichtserfahrung hat.

Methodik: Die Thematik ist lebensnah und entspricht zahlreichen Alltagserfahrungen der Jugendlichen. Der Inhalt bietet weder kognitiv noch fremdsprachlich oder interkulturell große Hürden, so dass eine Vorentlastung auf Deutsch nur bedingt erforderlich ist. Sollte die Klasse noch keine bilinguale Vorerfahrung haben, muss allerdings behutsam in den bilingualen Sachfachunterricht eingeführt werden (zum Einstieg in den bilingualen Sachfachunterricht siehe auch: Glenn Ole Hellekjaer (1999), "Easy does it: introducing pupils to bilingual instruction". In: Zeitschrift für interkulturellen Fremdsprachenunterricht [Online], 4 (2). <http://zif.spz.tu-darmstadt.de/jg-04-2/beitrag/hellek1.htm>). Außerdem ist das Grundwissen, insbesondere Grundbegriffe und Grundstrukturen wie Wirtschaftlichkeitsprinzip und Nachhaltigkeit, konsequent auch auf Deutsch zu sichern (terminologische Zweisprachigkeit).

Um echte Handlungskompetenz zu entwickeln, wurden schülerzentrierte, handlungsorientierte und auf reale Anwendung ausgerichtete Verfahren in authentische Entscheidungssituationen integriert.

Hinweis: Der Umfang der Unterrichtsmaterialien überschreitet die Stundenvorgabe im WR-Lehrplan. An einigen Stellen werden auch alternative Materialien angeboten. Falls im Rahmen eines bilingualen Sachfachunterrichts keine Stundenverstärkung möglich ist, muss entsprechend gekürzt werden.

Fachwortschatz:

economic principle	Wirtschaftlichkeitsprinzip	benefit	Nutzen
consumer decisions	Konsumententscheidungen	cost	Kosten/Aufwand
wants	Luxusbedürfnisse	maximize	maximieren
needs	Existenzbedürfnisse	minimize	minimieren
goods	Güter	priorities	Prioritäten
services	Dienstleistungen	budget plan	Haushaltsplan
hard goods	Gebrauchsgüter	time management	Zeitmanagement
soft goods	Verbrauchsgüter	expenses	Ausgaben
investment goods	Investitionsgüter	income	Einkommen
finite / limited	begrenzt	schedule	Zeitplan
infinite / unlimited	unbegrenzt	urgent	dringend
scarce	knapp	advertising	Werbung
scarcity	Knappheit	consumer behaviour	Verbraucherverhalten
free goods	freie Güter	marketing psychology	Verkaufpsychologie
economic goods	wirtschaftliche Güter	dirty marketing tricks	Marketingfallen
types of consumers	Verbrauchertypen	shopping list	Einkaufszettel
warranty	Garantie	product comparison	Produktvergleich
shipping	Versand(kosten)	discount	Rabatt/Preisnachlass
consumer organizations	Verbraucherschutzorganisationen	sales promotion	Verkaufsförderung
manufacturer	Hersteller	public relations	Öffentlichkeitsarbeit
customer review	Kundenbewertung	brand	Marke
decision grid	Entscheidungsmatrix	target group	Zielgruppe
criterion/factor	Kriterium/Faktor	sustainability	Nachhaltigkeit
weighted	gewichtet	quality seals	Gütesiegel
weight	Gewichtung	safety test marks	technisches Prüfsiegel
lines/columns	Zeilen/Spalten		
score	Ergebnis/Summe		
ranking	Rangfolge		

Consumer Decisions

Unterrichtsverlauf	didaktisch-methodischer Kommentar
<p>Lesson 1</p> <p>[1.] Schaffen eines gedanklichen Einstiegs-szenarios zum Thema Bedürfnisse</p> <p>Mögliche Impulsfrage: „Stellt euch vor, ihr verlasst nach der 9. Jgst. die Schule und müsst für eure Ausbildung in eine andere Stadt ziehen! Welche Dinge braucht ihr in den ersten drei Monaten, um auf eigenen Füßen zu stehen?“</p> <p>Sammeln der Ergebnisse im Unterrichtsgespräch und an der Tafel</p> <p>[2.] Übertragung der Ergebnisse aus [1] in die Fachperspektive</p> <p>P Systematisierung der Ergebnisse aus [1] nach Existenzbedürfnissen, Luxusbedürfnissen und Kulturbedürfnissen</p> <p>P Thematisieren der Unbegrenztheit der Bedürfnisse</p> <p>[3] Übertragung der Ergebnisse aus [2] in die Fremdsprache und Erarbeiten des Tafelbildes (M 1) mithilfe der englischen Vorkenntnisse der Klasse, z. B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben <u>wollen</u> → <i>wants</i> • brauchen, benötigen → <i>needs</i> 	<p>The basic economic problem – Part I</p> <p><i>Unterrichtsgespräch und Partnerarbeit (deutsch)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>nachvollziehbaren authentischen situativen Kontext schaffen</i> • <i>Eigenaktivität der Schüler anregen</i> • <i>selbständige Auseinandersetzung mit praktischem Fall → Anwendung und Methodenkompetenz</i> • <i>Einführung der Fachterminologie</i> • <i>Systematisierung der Bedürfnisarten</i> <p><i>Die Aufgabenstellung bietet einen auch in Jgst. 9 nachvollziehbaren authentischen situativen Kontext, der inhaltlich gut bewältigt werden kann, sodass mit dem Erfolgserlebnis und der Lebensnähe ein motivierender Einstieg in das Fach gelingen kann. Die Einführung der Fachterminologie öffnet dabei den Zugang zur Differenzierung zwischen Alltagswissen und Fachwissen einerseits und Umgangssprache und Fachsprache andererseits.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Aktivierung der englischen Vorkenntnisse</i> • <i>Demonstration der guten Übertragbarkeit der Kenntnisse im bilingualen Unterricht</i> • <i>Abbauen der Sprachbarriere</i> • <i>Sichern der Ergebnisse aus [1] und [2] im Tafelbild (M 1); ggf. zweisprachig</i>
<p>Lesson 2</p> <p>[1.] Wiederholung der Ergebnisse der Vorstunde und Erarbeitung des Themenfeldes Güter/Dienstleistungen/Knappheit anhand eines englischen Textes (M 2.1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Lektüre des ersten Absatzes in Stillarbeit und darauf aufbauend Wiederholung der Ergebnisse der Vorstunde auf Englisch</i> • <i>gemeinsames Lesen und Verstehen des restlichen Textes in sinnvollen Abschnitten</i> • <i>dabei: Aktivierung von Vorkenntnissen und Wortschließungstechniken „intelligent guessing“ (z.B. für <i>finite</i> → lat. <i>finis</i>)</i> • <i>Erarbeiten des Begriffsfeldes „Güter“/ „goods“ aus dem Text</i> <p>[2] Übertragung der Ergebnisse aus [1] in die Fremdsprache und Erarbeiten des Tafelbildes (M 2.2) auch mithilfe der englischen Vorkenntnisse</p>	<p>The basic economic problem – Part II</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wiederholung des bisher Gelernten</i> • <i>lautes und leises Lesen zur Einstimmung auf die englische Unterrichtsphase</i> • <i>Aktivierung bekannter Wortschließungsstrategien aus dem Fremdsprachenunterricht</i> • <i>Erarbeitung der neuen Inhalte zum Begriffsfeld „Güter“</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>analog zu Lesson 1 [3]</i> • <i>Erschließungshilfen z. B. <i>Computer</i> → <i>hardware/software</i> → <i>hard goods</i> (Gebrauchsgüter) / <i>soft goods</i> (Verbrauchsgüter)</i>

Consumer Decisions

<p style="text-align: center;">Lesson 3</p> <p>[1] Unterrichtsgespräch zu Verbrauchertypen und Informationsquellen für konsumentenscheidungen (M 3.1)</p> <p>[2] Hefteintrag (M 3.1)</p> <p>[3] Handlungsorientierte Einführung in rationale Entscheidungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Training der Methodenkompetenz "Entscheidungsmatrix" (M 3.2) • ggf. Vervollständigung als Hausaufgabe 	<p style="text-align: center;">Rational consumer decisions</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Aktivierung des Alltagswissens der Jugendlichen im fragend-entwickelnden Unterricht</i> • <i>Einsatz von Beispielen aus der Erfahrungswelt der Altersgruppe/der Klasse</i> • <i>Kennenlernen der Methode „Entscheidungsmatrix“ an einem einfachen Beispiel</i> • <i>praktische und selbstständige Anwendung des Gelernten anhand von M 3.2</i> • <i>kritische Bewertung des Ergebnisses</i>
<p style="text-align: center;">Lesson 4</p> <p>[1] Erarbeitung des Wirtschaftlichkeitsprinzips in seinen beiden Ausprägungen (Minimal-/Maximal-) im Unterrichtsgespräch und in Stillarbeit mit Hilfe des vorstrukturierten Arbeitsblatts (M 4.1)</p> <p>[2] Anwendung und Erweiterung des bisher Gelernten anhand eines Haushalts- oder Zeitplans in Einzel-/Partnerarbeit (M 4.2, 4.4, 4.5)</p> <p>[3] ggf. Einsatz von (M 4.3)</p>	<p style="text-align: center;">The basic economic principle</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Zusammenfassen und Übertragen des bisher Gelernten auf das Wirtschaftlichkeitsprinzip</i> • <i>Wiederholung der Fachterminologie auf Deutsch und auf Englisch zur Sicherung der terminologischen Zweisprachigkeit</i> • <i>selbstständige Anwendung im Rahmen von Beispielen aus der Erfahrungswelt der Jugendlichen</i> • <i>ergänzende Materialien siehe M 4.3</i>
<p style="text-align: center;">Lesson 5</p> <p>[1] Fragend-entwickelnder Unterricht zur Einführung in Inhalte, Terminologie und Methoden des Marketing anhand der Materialien M 5.1 und 5.2 sowie authentischen Beispielen</p> <p>[2] Selbstständige und handlungsorientierte Anwendung anhand von authentischen Beispielen (Punkt 4.2 und M 5.2)</p>	<p style="text-align: center;">Marketing and advertising</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Die Inhalte sind den Schülerinnen und Schülern aus ihren Alltagserfahrungen weitgehend bekannt.</i> • <i>Zentral ist die Übertragung der Alltagserfahrungen in Fachwissen und Fachsprache.</i> • <i>Anstelle von M 5.2 können die Jugendlichen auch eigene Werbeanzeigen mitbringen.</i>
<p style="text-align: center;">Lesson 6</p> <p>[1] Bewusstmachung der ökonomischen, gesellschaftlichen und ökologischen Folgen des Konsums</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterrichtsgespräch anhand von konkreten Beispielen aus der Erfahrungswelt der Schülerinnen und Schüler • Übertragung auf das Minimalprinzip • Kennenlernen bzw. Kontextualisieren von Güte- und Umweltsiegeln und deren Hintergründen • ggf. Debatte zum Thema „Nachhaltiger Konsum ist mir zu teuer.“ 	<p style="text-align: center;">Sustainable consumer behaviour</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Abschluss der Unterrichtseinheit „Entscheidungen beim Konsum“ durch die neue Perspektivierung auf das Thema „Folgen des Konsums“</i> • <i>Bewusstmachung und Problematisierung</i> • <i>Anwendung des Minimalprinzips in diesem Kontext</i> • <i>affektive Vertiefung im Rahmen einer amerikanischen Debatte</i>