

Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

Kreative Ideen und Konzepte inkl. fertig ausgearbeiteter Materialien und Kopiervorlagen für einen lehrplangemäßen und innovativen Unterricht

Thema: Technik – Wirtschaft – Soziales, Ausgabe: 2

Titel: Ich wünsche mir, ich brauche unbedingt, ich kaufe! -
Wünsche, Bedürfnisse, Konsum (13 S.)

Produktinweis zur »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe«

Dieser Beitrag ist Teil einer Print-Ausgabe aus der »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe« der Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG*. Den Verweis auf die jeweilige Originalquelle finden Sie in der Fußzeile des Beitrags.

- ▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

Seit über 15 Jahren entwickeln erfahrene Pädagoginnen und Pädagogen kreative Ideen und Konzepte inkl. sofort einsetzbarer Unterrichtsverläufe und Materialien für verschiedene Reihen der Ideenbörse.

- ▶ Informationen zu den Print-Ausgaben finden Sie [hier](#).

* Ausgaben bis zum Jahr 2015 erschienen bei OLZOG Verlag GmbH, München

Beitrag bestellen

- ▶ Klicken Sie auf die Schaltfläche **Dokument bestellen** am oberen Seitenrand.
- ▶ Alternativ finden Sie eine Volltextsuche unter www.eDidact.de/sekundarstufe.

Piktogramme

In den Beiträgen werden – je nach Fachbereich und Thema – unterschiedliche Piktogramme verwendet. Eine Übersicht der verwendeten Piktogramme finden Sie [hier](#).

Nutzungsbedingungen

Die Arbeitsmaterialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien in Klassensatzstärke zu ziehen bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Arbeitsmaterialien ist unzulässig.

- ▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: service@eDidact.de

✉ Post: Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG
E.-C.-Baumann-Straße 5 | 95326 Kulmbach

☎ Tel.: +49 (0)9221 / 949-204 | 📠 Fax: +49 (0)9221 / 949-377

<http://www.eDidact.de> | <https://www.bildung.mgo-fachverlage.de>

Ich wünsche mir, ich brauche unbedingt, ich kaufe!	3.2
Vorüberlegungen	
<p>Lernziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Die Schüler sollen den Zusammenhang von Wünschen, Bedürfnissen und Konsum erkennen.</i> • <i>Sie sollen sehen, dass Wünsche, Bedürfnisse und Konsum manipulierbar sind.</i> • <i>Sie sollen Wünsche prüfen, Bedürfnisse analysieren und Konsumententscheidungen reflektieren lernen.</i> 	
<p>Anmerkungen zum Thema (Sachanalyse):</p> <p>Wünsche, Bedürfnisse und Kaufentscheidungen lassen sich gezielt beeinflussen. Dies ist inzwischen vielfältig nachgewiesen. Die Wirkung von Werbung und Lockangeboten, Griffücken in Regalen, Verkaufsgondeln in Kassennähe, Hintergrundmusik in Supermärkten und anderen kaufentscheidenden Manipulationen sind fast jedem bekannt. Und doch lassen wir uns in unseren Wünschen, Bedürfnissen und schließlich Konsumententscheidungen führen, ja verführen, und ärgern uns später, wenn sich herausstellt, dass der Kauf eher sinnlos und zufällig erfolgte.</p> <p>Vor allem Jugendliche sind dieser Beeinflussung ausgesetzt. Es ist selbstverständlich und auch notwendig, dass Menschen eigene Wünsche entwickeln und Bedürfnisse haben. Es ist gesamtwirtschaftlich auch sinnvoll, am Konsum teilzuhaben.</p> <p>Somit soll es bei der vorliegenden Unterrichtseinheit nicht nur um die Aufdeckung manipulativer Beeinflussung gehen, sondern letztlich um ein reflektiertes Konsumverhalten. Dazu ist es notwendig, seine Wünsche genau zu beschreiben und zu prüfen. Die Bedürfnisse gilt es klar zu analysieren und die Konsumententscheidung nochmals zu überdenken. Dies ist gerade in Zeiten knappen Geldes geboten.</p> <p>Wunsch, Bedürfnis, Konsum – dieser Zusammenhang ist zwar nicht in jedem Fall zwingend, aber in manchen Situationen doch nachweisbar und aufzeigbar. Dabei ist es hier nur von akademischem Interesse, ob erst die Bedürfnisse entstehen und sich daraus Wünsche entwickeln, oder umgekehrt. Beide führen letztlich zum Konsumententscheid.</p> <p>Wünsche und Bedürfnisse gehören zum menschlichen Leben. Somit interessieren uns nur jene Art von Wünschen und Bedürfnissen, die über das selbstverständliche und angemessene Maß hinausgehen. Auch darüber kann man geteilter Meinung sein. Wünsche und Bedürfnisse sind individuell und von außen oftmals kaum nachvollziehbar. Es ist für den Betroffenen zuweilen sehr schwer, sich diesen über die Vernunft zu nähern.</p> <p>Thema sollen solche Wünsche und Bedürfnisse sein, die erzeugt, gemacht, verursacht, geschickt beeinflusst werden und die letztlich zu Konsumententscheidungen führen, ohne dass dafür ein wirklicher Bedarf oder eine Notwendigkeit besteht. Es geht somit nicht um existenzielle Bedürfnisse, sondern um konsumorientierte und konsumabhängige Bedürfnisse. Es geht nicht um persönliche, langjährige und sehnsuchtsvolle Wünsche, sondern um kurzzeitig erzeugte, aktuell hervorgerufene und drängend gemachte Wünsche, die nur auf Konsum ausgerichtet sind und von dorthin hervorgerufen werden.</p> <p>Didaktisch-methodische Reflexionen:</p> <p>Je nach Jahrgangsstufe stößt die Lehrkraft mit dieser Thematik auf eine unterschiedliche Bereitschaft. Älteren Schülern wird es eher gelingen, Wünsche und Bedürfnisse zu hinterfragen und Konsumententscheidungen zu reflektieren. Jüngere Schüler reagieren hier zuweilen noch sehr oberflächlich und emotional. Die Distanz zum eigenen Handeln muss erst wachsen.</p>	

3.2**Ich wünsche mir, ich brauche unbedingt, ich kaufe!****Vorüberlegungen**

Es soll darum gehen, **Mechanismen** aufzuzeigen und **Verhaltensweisen** bewusst zu machen. Hierzu eignen sich Beispiele aus dem konsumorientierten Alltag der Jugendlichen. Täglich flattern schon mit der Morgenzeitung viele Werbematerialien in den Briefkasten und auf den Tisch. Die Fernsehsendungen und Rundfunkprogramme sind vor allem im privaten Sendebereich übervoll von Werbung – offen oder subtil versteckt. Die Jugendlichen sind dem ausgesetzt.

In einem ersten Zugang muss es deshalb darum gehen, diese **Tendenzen** aufzudecken. Daneben wird über Wünsche und Bedürfnisse als etwas Selbstverständliches im menschlichen Leben informiert, ebenso über die Notwendigkeit des Konsums und eines angemessenen Konsumverhaltens.

Die Aufdeckung des Zusammenhangs von Wunsch, Bedürfnis und Konsum hat einerseits den emanzipierten kritischen Verbraucher im Blick, andererseits aber auch den selbstbewusst und verantwortlich entscheidenden Menschen.

Die einzelnen Unterrichtsschritte im Überblick:

1. Schritt: Werbung schafft Wünsche und Bedürfnisse
2. Schritt: Entstehung von Wünschen und Bedürfnissen
3. Schritt: Kaufen oder nicht kaufen – Reflexion von Konsumententscheidungen

Ich wünsche mir, ich brauche unbedingt, ich kaufe!	3.2
Unterrichtsplanung	
<p>1. Schritt: Werbung schafft Wünsche und Bedürfnisse</p> <p>Lernziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Schüler sollen anhand von Werbeslogans erkennen, dass Wünsche und Bedürfnisse erzeugt werden können. • Sie sollen herausarbeiten, wie dies anscheinend gelingt. • Sie sollen Kriterien zur Prüfung der Werbeslogans entwickeln. <p>Einstieg:</p> <p>Die Lehrkraft präsentiert kommentarlos die vorbereitete Folie „<i>Werbesprüche</i>“ (vgl. Texte und Materialien M 1) auf dem Overheadprojektor.</p> <p>Die Schüler lesen und diskutieren die Werbesprüche im <i>Unterrichtsgespräch</i>. Anschließend schreibt die Lehrkraft kommentarlos das Thema als Impuls an die Tafel, der Overheadprojektor bleibt eingeschaltet, die Folie ist sichtbar.</p> <p>Tafelanschrift:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; margin: 10px 0;"> <i>Werbung schafft Wünsche und Bedürfnisse</i> </div> <p>Bearbeitung:</p> <p>Die Schüler äußern sich von sich aus zu den Werbesprüchen entsprechend der Tafelüberschrift.</p> <p>Die Schüler erhalten das Arbeitsblatt „<i>Werbung schafft Wünsche und Bedürfnisse</i>“ (vgl. Texte und Materialien M 2) und bearbeiten den Arbeitsauftrag. Die Lehrkraft kann ein Beispiel vorgeben.</p> <p>Die Übertragungen werden gemeinsam verlesen und besprochen. Anschließend werden die Slogans nach Wünschen und Bedürfnissen geordnet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welcher Slogan geht eher auf ein Bedürfnis ein? • Welcher Slogan drückt eher einen Wunsch aus? <p>Mögliche Beispiele befinden sich auf dem Lösungsblatt (vgl. Texte und Materialien M 3).</p> <p>Vertiefung:</p> <p>Impuls: Sind die Wünsche und Bedürfnisse der Menschen schon da und werden sie von der Werbung angesprochen? Oder schafft die Werbung erst Wünsche und Bedürfnisse?</p> <p>Im <i>Unterrichtsgespräch</i> wird versucht, die Begriffe „Wunsch“ und „Bedürfnis“ zu erklären.</p>	        