



## Training

### Kompetenzen

Die Schülerinnen und Schüler

- wenden ihre erworbenen Kenntnisse an.

### Kennen und verstehen

- Haushalte; **b)** Unternehmen; **c)** Konsumgüter;
  - Arbeitskraft; **e)** Einkommen; **f)** Konsumausgaben
- Kleidung und Nahrungsmittel gehören zu den **Existenzbedürfnissen**.
  - Manche Bedürfnisse wie z. B. **Liebe** und wahre Freundschaft kann man nicht kaufen.
  - Zu den Kulturbedürfnissen gehören u. a. Musik hören, Filme ansehen, **Reisen**, Sport treiben, ein Instrument spielen.
  - Menschen verschiedenen Alters, verschiedener Länder, verschiedenen Einkommens haben **unterschiedliche** Bedürfnisse.
  - Um Bedürfnisse zu befriedigen, benötigt man **wirtschaftliche** Güter.
  - Zu ihnen gehören die **Sachgüter** und die Dienstleistungen.
  - Sie werden zusammen auch als **knappe** Güter bezeichnet.
  - Die Bedürfnisse sind **unbegrenzt**, die **wirtschaftlichen** Güter knapp. Deshalb müssen wir **wirtschaften**.

Interessen der Anbieter	Interessen der Konsumenten
<ul style="list-style-type: none"> <li>– möglichst viel Gewinn</li> <li>– Preise möglichst hochhalten (Verhältnis von Preis zu Kosten (Gewinn))</li> <li>– viele Kunden (Ausnahme Anbieter von exklusiven Artikeln)</li> <li>– zufriedene Kunden</li> <li>– möglichst wenig Konkurrenz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– möglichst günstige Preise</li> <li>– gute Qualität</li> <li>– günstiges Preis-Leistungs-verhältnis</li> <li>– große Auswahl</li> <li>– möglichst viele verschiedene Anbieter</li> </ul>

- Falsch. Die heutigen Zehn-Euro-Scheine sind fälschungssicherer.
  - richtig
  - Falsch. Jugendliche unter 18 Jahren dürfen einkaufen gehen.
  - richtig
  - Falsch. Teure Autos, wertvoller Schmuck, edle Kleidung gehören zu den Luxusbedürfnissen.
  - Falsch. Bei steigenden Preisen sinkt in der Regel die Nachfrage.
  - Falsch. Gibt es keine Konkurrenz zwischen den Anbietern gleicher Produkte, ist es für sie leichter, höhere Preise zu verlangen.

### Bewerten und beurteilen

- Individuelle Schülerlösung. Karikatur und Lied nehmen den Konsum sowie die These der Unstillbarkeit menschlicher Bedürfnisse kritisch in den Blick:

- Es handelt sich bei den im Schaufenster stehenden Artikeln um Freizeit-, Sportprodukte und Güter der Unterhaltungselektronik, die der eine Junge bereits besitzt. Seine Bedürfnisse sind scheinbar befriedigt, denn er hat bereits alles.
- Der Hinweis, dass er deprimiert guckt, ist die Parallele zu dem Lied von Herbert Grönemeyer: Es geht nicht mehr um die Befriedigung von Bedürfnissen, es geht um das Käuferlebnis, das bei Grönemeyer bereits zur Kaufsucht geworden ist.
- Vielfach wird nicht mehr eingekauft, um (wirtschaftliche) Bedürfnisse zu befriedigen, sondern es geht um den Konsum an sich, der sich bis zur Sucht steigern kann. (Dann werden mit dem Einkauf andere Bedürfnisse befriedigt als die, die in der Volkswirtschaft gemeint sind.)
- Etwas versteckt, aber doch wohl mit intendiert, ist die Kritik an den Anbietern und ihren Werbe- und Verkaufsstrategien, die mit zu solchen Verhaltensweisen beitragen.

### Handeln

- Individuelle Schülerlösung.

Musik soll die Kunden zum Verweilen anregen, damit sie mehr einkaufen, auch die Lichtsetzung spielt eine Rolle, selbst Düfte werden eingesetzt.

Die Wege im Laden sind verschlungen, besondere Plätze mit Sonderangeboten verstellt.

Will man Grundnahrungsmittel erreichen, muss man fast immer durch den ganzen Laden gehen.

Andere Waren, wie Süßigkeiten, Kuchen, Kekse, Parfums, sind so aufgestellt, dass man an ihnen vorbeikommen muss, will man die Grundnahrungsmittel besorgen.

In den Regalen stehen die teuren Artikel in Augenhöhe, billige Alltagsprodukte wie Mehl und Zucker oder Toilettenpapier stehen weiter unten. Für sie muss man sich bücken. Spielzeug und Süßigkeiten befinden sich in Griffhöhe von Kindern.

An den Kassen befinden sich die sogenannten „Kinderfänger“: Die Erwachsenen haben mit dem Einpacken und Bezahlen zu tun und die Kinder sehen die Süßigkeiten. Damit sie schnell Ruhe geben, wird eine Süßigkeit gekauft, die man eigentlich nicht kaufen wollte. Es finden sich aber auch die „Kleinigkeiten“ für Erwachsene dort, die man schnell noch mitnimmt, während man in der Schlange vor der Kasse steht.