

Inhalt

Allgemeine Einführung

1.0	Sachstruktur	1
1.1	Auswahl	3
2.0	Didaktische Problemstellung	
2.1	Zur Ausgangslage	5
2.2	Zur Zielkonstruktion	6
2.3	Die didaktischen Bereitstellungen	7
2.4	Beispiel einer fachlichen Positionsabsteckung	8
2.5	Paradigmatische Auszüge aus Planaussagen zum Lernfeld Wirtschaft innerhalb der Arbeitslehre in der Bundesrepublik Deutschland	12
3.0	Literaturhinweise	
	Einstieg in die Arbeitstexte	19

Lernsequenz 1: Preise vergleichen

1.0	Sachanalyse	21
2.0	Didaktische Hinweise	
2.1	Zur Kernsequenz	24
2.2	Zu den Lesetexten	25
2.3	Mögliche Verfahrensweisen	25
3.0	Lehrkonstellation	27
4.0	Lernziele	27
5.0	Literaturhinweise	

Arbeitstext zum Thema:

Geld ausgeben — meine Sache? 29

1.0	Taschengeld — Bruttolohn — Nettoverdienst — Qualität — Qualitätsklassen — Wocheneinkauf — Monateinkauf — zeitgerechter Einkauf — Warenangebot —	
-----	---	--

	Lagerung — die Saison	29
1.7	Interesse an Verbraucherfragen (Lesetext)	34
1.8	Geplanter Einkauf (Lesetext)	35
1.9	Billiger — auch ohne Preisvergleiche (Lesetext)	37

Lernsequenz 2: Nachfrage und Angebot

1.0	Sachanalyse	43
	Der rote Faden	44
2.0	Didaktische Hinweise	
2.1	Zur Lernspur der gesamten Sequenz	49
2.2	Zu möglichen Verfahrensweisen	50
2.2.2	Zu den Lesetexten	52
3.0	Lehrkonstellation	54
4.0	Lernziele	55
5.0	Literaturhinweise	56

Arbeitstext zum Thema:

Ist der Kunde König — oder wird ihm ein X für ein U vorge-
macht?

2.1	Zur Sache	57
2.1.1	Bedürfnisse — Bedarf — Existenzbedarf — Wahlbe-	
—2.2.2	darf — Nachfrage — Angebot — Nachfragewellen —	
	Dienstleistungen — Gastarbeiter — Massenproduktion	
	— Erste Industrielle Revolution — moderne Arbeits-	
	verfahren — Henry Ford — Fließband — REFA —	
	Automation — Zweite Industrielle Revolution	58
2.2.3	Massenproduktion und Verbraucher	65
2.2.4	Handarbeit — Kosten — Gewinn — Wettbewerb —	
—2.3.1	Marktwirtschaft — Kapital — Lohnkosten — Werbung	
	— Haushaltsgeld — Einkommen	65
2.4	Der Professor und der Regenschirm (Lesetext)	70
2.5	Maschinen — Produktion — Montagebahn (Lesetext)	72
2.6	Verbraucher: Rechnen mit dem Pfennig (Lesetext)	73

Lernsequenz 3: Überfülle des Marktes

1.0	Sachanalyse	77
	Der rote Faden	79
2.0	Didaktische Hinweise	
2.1	Zum Lesespiel	79
2.2	Zum Auswahlantwort-Verfahren (Multiple Choice)	81
2.3	Zum Diskussionslernen	82
2.4	Zu möglichen Verfahrensweisen	83
3.0	Lehrkonstellation	86
4.0	Lernziele	86
5.0	Literaturhinweise	87

Arbeitstext zum Thema:

Sind wir Konsumidioten?

3.1	aufgeklärte Verbraucher — „Konsumidioten“ — Mo-	
—3.4	dediktat — Marktwirtschaft — Käuferstreik — Ver-	
	braucherzentralen — Beratungsstellen — Stiftung	
	Warentest — test-Qualitätsurteile —	88
3.5	Weiterführende Aufgaben	94
—3.7		
3.8	Das Ende der Konsumidioten? (Lesetext)	99
3.8.5	Weiterführende Aufgaben	103
—3.8.7		
3.8.8	„Ausbeutung — Profitinteresse — Gewinnmaximie-	
	rung — Manipulation — Konsumterror — Konsumidio-	
	ten“ — Soziale Marktwirtschaft	105
3.9	Modisches vernünftig einkaufen (Lesetext)	106
3.9.1	Die Kampagne für Maxi (Lesetext)	107
3.9.2	Gruppen- und Klassendiskussion	109

Lernsequenz 4: Freie Marktwirtschaft

1.0	Sachanalyse	114
	Der rote Faden	115
2.0	Didaktische Hinweise	
2.1	Zum Unterrichtsgespräch	116

2.2	Zu möglichen Verfahrenweisen	117
3.0	Lehrkonstellation	118
4.0	Lernziele	119

Arbeitstext zum Thema:

Verbraucher getestet: „Weniger zufriedenstellend“
(Lesespiel)

4.1	Verbraucherberatung in der Praxis — Vorgehen und	
—4.3	Verfahren der Stiftung Warentest bei Prüfungen: u.a. Funktionsprüfung, Sicherheitsprüfung — Kriterien für test-Qualitätsurteile — Verbraucherschutz, -aufklä- rung, -beratung, ihre Bedeutung im kapitalistischen Wirtschaftssystem — die Rolle als Marktpartner —	120
4.4	Arbeitsanleitungen zum Lesespiel	127
—4.4.5		
4.5	Mehr Macht für die Hausfrauen (Lesetext) über Aufga- be und Arbeit des Verbraucherbeirats	129
4.5.1	Arbeitsanweisungen zum Lesetext	130

Lernsequenz 5: Verbraucherhilfen

1.0	Sachanalyse	132
	Der rote Faden	133
2.0	Didaktische Hinweise	
2.1	Zum Aufbau der Sequenz	134
2.2	Zu möglichen Verfahrensweisen	135
3.0	Lehrkonstellation	136
4.0	Lernziele	136
5.0	Literaturhinweise	137

Arbeitstext zum Thema:

Wird der Verbraucher allein gelassen?

5.1	Interessenvertretung der Verbraucher — Verbraucher-	
—5.5	information — Verbraucherhilfen: Arbeitsgemein- schaft der Verbraucher — Stiftung Warentest — Ver- braucherschutzverein — BAVA — Bedeutung der Er- nährungsberatung — Deutsche Gesellschaft für Er-	

	nahrung — Arbeitsgemeinschaft Hauswirtschaft — Bundesforschungsanstalt für Ernährung — ZRH — DGH — Länderausschuß für Verbraucherfragen	138
5.6	Arbeitsmaterial zum Lesespiel	150
—5.7		

Lernsequenz 6: Umgang mit test

1.0	Sachanalyse	155
2.0	Didaktische Hinweise	
2.1	Zur sachlichen Bereitstellung und zum Aufbau der Kernsequenz	157
2.2	Zu den Rollenspielen	159
2.3	Mögliche Verfahrensweisen	160
3.0	Lehrkonstellation	161
4.0	Lernziele	162
5.0	Literaturhinweise	162

Arbeitstext zum Thema:

Manche mögens heiß!

6.1	Gezielte Informationsentnahme anhand des Original-	
—6.2	textes: Mofas — Informations- und Systemzusammen- hänge erschließen und gewichten — Prüfergebnisse vergleichen — Verhältnismäßigkeit Preis und Qualität abschätzen — Urteilsbildung für Kaufentscheidungen — Kritikfähigkeit auf dem Marktsektor anbahnen — Auswahl, Prüfung und Bewertung durch die Stiftung Warentest	164
6.3	Gebrauch des test-Kompaß	176
6.4	Rollenspiele zum Thema	184

Lernsequenz 7: Verbraucherschutz

1.0	Sachanalyse	188
	Der rote Faden	190
2.0	Didaktische Hinweise	
2.1	Zum Interview	192

2.2	Zum didaktischen Rätsel	194
2.3	Zu möglichen Verfahrensweisen	195
3.0	Lehrkonstellation	197
4.0	Lernziele	197
5.0	Literaturhinweise	198

Arbeitstext zum Thema:

Guten Tag, — das Auge des Gesetzes schaut sich kritisch um!

7.1	Sorge um Gesundheit und Sicherheit — Überfluß- und	
—7.6	Wegwerfgesellschaft — Verbraucherschutz Ländersache — kritisches Bürgerverhalten — Lebensmittelkontrolldienst — Das Deutsche Lebensmittelbuch — Überwachung von Tiefkühlkost — Qualitätskontrollen — Handelsklassen — Schädlingsbekämpfungsmittel Veterinäruntersuchungsämter — Fleischbeschau — Massentierhaltung — Chemische Untersuchungsämter — Höchstmengenverordnung — Staatliche Gesundheitsämter — Ordnungsämter — Maße und Gewichte — Fertigpackungen — Eichgesetz — Sicherheit von Geräten und Spielzeug — Gewerbeaufsichtsämter	200
7.7	Wortkastenrätsel	214
7.8	Regelmäßige Kontrollen bei Lebensmitteln (Lesetext)	215
7.8.1	Aufgaben zum Lesetext	216

Lernsequenz 8 und 9: Werbung — ihre Funktion/Werbung in der Diskussion

1.0	Sachanalyse	218
	Der rote Faden	221
2.0	Didaktische Hinweise	
2.1	Zur Anlage und Aufbau beider Sequenzen	225
2.2	Zur Sequenz 8	226
2.3	Zur Sequenz 9	228
2.4	Zu möglichen Verfahrensweisen	230
3.0	Lehrkonstellation zur Sequenz 8 und zur Sequenz 9	231
4.0	Lernziele	232

Arbeitstext zum Thema:

Werbung — wie funktioniert das?

Acht W-Fragen

8.1	Viermal Werbung:	
—8.5	lästig — nicht übel — scheint verkaufen zu helfen — große Verschwendung — Acht Fragen: wie, wo, wann, wen sie anspricht — was sie will, was sie einsetzt, was sie ist.	234
8.5.1	Werbung, Bestandteil des Marketing	251
8.5.4	Aufgaben, Fallbeispiele	253
8.6	Werbung — was sie von sich selbst sagt Marktwirtschaft — Gesellschaft — Verbraucher — Disziplin	254
8.7	So wird ein neues Produkt geboren (Lesetext)	258
8.8.1	Aufgabe zum Lesetext	260
8.8	Rotkäppchen — werbewirksame Montage (Lesetext)	261

Arbeitstext zum Thema:

Zielgruppe Verbraucher im Fadenkreuz

9.1	Pro und Contra	265
9.2	Die Aussagen	266
9.3	Meinungsbildung	267
9.4	Werbung — eine Brücke?	269
9.5	Acht Thesen zur Werbung Stellungnahmen aus der Sicht des Werbefachmanns — und aus der Sicht des Verbrauchers	270
9.6	Manipuliert uns die Werbung? (Lesetext)	281

Werke für das weiterführende Studium des Lehrers 285

Anhang

Aufgabenlösungen zur Selbstkontrolle	289
Aufgabenlösungen für die Hand des Lehrers	293
Arbeitsmaterialien	307
Sachregister	363