

„Wünsch dir was! Kauf es dir!?”

Webinar zur sozioökonomischen Bildung am 16.1.2023

Referentin: Maria Hofmann-Schneller

Die Welt als Shop - aus Sicht der Schüler*innen

„Mode und Marken drücken aus wer ich bin“

„Wer sich nicht anpasst, ist out. Das darf mir nicht passieren!“

„Manche können sich die Kleidung, das angesagte Smartphone usw. nicht leisten, verschulden sich oder leihen sich was aus. Das macht immer große Probleme“

„Sicher werde ich von der Werbung beeinflusst; sie ist doch überall. Das ist gut; so weiß ich, was in ist. In der Klasse gibt es außerdem ein paar Leute, die immer die neuesten Sachen tragen“

„Online-shopping muss sein; da bekomme ich alles, was ich will und noch dazu rasch.“

„Ich schau täglich auf Instagram und You Tube wie man aussieht, sich schminkt, was man isst, wohin man geht; das hilft bei den täglichen Entscheidungen!“



„Mit meiner Kleidung und meinen Accessoires werde ich immer von allen bewundert.“

„Meine Freund*innen und ich essen nur „Gesundes“ und schauen auf das Wohl der Tiere. Natürlich ist es teurer, aber das muss es uns schon wert sein!“

„Es ist wichtig, sein eigenes Ding zu machen, sich von anderen abzugrenzen.“

Die Welt als Shop - aus Sicht der Wirtschaft

Damit die Wirtschaft wächst und ausgelastet ist, müssen alle konsumieren; nicht nur einkommensstarke Gruppen. Schon ein Konsumeinbruch von 5% minus würde zu Kettenreaktionen führen.

Wichtig ist es, die Aufmerksamkeit der Konsument*innen durch Marketing und Werbung nicht erlahmen zu lassen.

Man muss ständig überlegen, mit welchen Strategien man die Kundenbindung verstärkt. Marken helfen die Einzigartigkeit des Produkts oder der Dienstleistung zu betonen.

Der Markt hat nichts zu verschenken, Verkauf ist nicht wohltätig.

Wenn Werte und moralisches Agieren Kaufimpulse auslösen, dann werden sie natürlich zu einem Marketinginstrument.



Marketing und Werbung schaffen immer neue Bedürfnisse; das hält die Wirtschaft am Laufen.

Es ist nicht so wichtig, nur den Nutzwert von Produkten in den Vordergrund zu rücken. Die Symbolwerte wie Anerkennung, Zugehörigkeit, Statussymbol können sogar kaufentscheidender sein.

Jugendlich sind eine sehr wichtige Zielgruppe für Unternehmen. Mit Hilfe von Influencer*innen, gezieltem Aufbau von Marken und Bespielung aller sozialen Medien gelingt bereits eine frühe Kundenbindung und die Erschließung immer neuer Gruppen von Konsument*innen.

Die Welt als Shop - einige Gedanken aus Sicht von Bildungs - Expert*innen

**Erstes Ziel: Die Marktposition der Verbraucher*innen zu stärken
und damit bereits in der Schule zu beginnen**

Das Leitbild muss der/die **mündige** Konsument*in sein. Ein nachhaltiger und verantwortlicher Konsum ist ein weiteres wichtiges Anliegen.

Durch handlungsorientierte Unterrichtsmethoden sollen Schüler*innen auch individuell für ihre Kaufentscheidungen gestärkt werden. Fachwissen allein ist nicht ausreichend (Beispiel: Wissen um Spar- und Anlageformen)!



Verbraucher*innen - Bildung muss auch Widersprüche zulassen. Es gibt nicht das „ultimativ richtige“ oder „perfekte“ Produkt. Jede Kaufentscheidung ist vor dem Hintergrund von sozialen, ökonomischen und ökologischen Implikation komplex und darf nicht unzulässig vereinfacht werden.

Jede Verbraucher*innen-Bildung muss an den konsumspezifischen Alltagserfahrungen anknüpfen. Input von Informationen (selbst erarbeitet oder durch Expert*innen) **und** motivierende Arbeitstechniken stärken die Position als Verbraucher*in.

Achtung auf die vielleicht nicht bedachte Moralisation, die Jugendliche zu einer bestimmten Gesinnung drängt (egal, ob sie das auch wollen bzw. ob sie sich das auch leisten können). Falle: Gutes Gewissen ist bereits Teil von vielen Marketingmaßnahmen, was oft nicht durchschaut wird.



Konsum - ein wichtiges Thema in den Lehrplänen

- ▶ Grundsatz erlass Wirtschafts- und Verbraucher/innen-Bildung
- ▶ Neuer Lehrplan für die Sekundarstufe I
 - A) Zentrale fachliche Konzepte:
 - ▶ Gemeinsamkeiten und Unterschiede
 - ▶ Veränderung und Wandel
 - ▶ Leistungserstellung und Nachhaltigkeit
 - ▶ Vernetzung und Märkte
 - ▶ Ökonomische Prinzipien und Entscheidungsfindung...



Konsum - ein wichtiges Thema in den Lehrplänen

B) Neuer Lehrplan für die Sek I

▶ 1.Klasse:

KB Leben und Wirtschaften im eigenen Umfeld

KB Leben und Wirtschaften im Hinblick auf nachhaltige Ernährung

▶ 2.Klasse:

KB Vernetztes Denken Wirtschaften zwischen Produktion und Konsum

▶ 3.Klasse:

KB Bildungswege und Arbeitswelten (*im LZ 3.4: ..Rechte und Pflichten von Erwerbstätigen und Konsumierenden einschließlich Konsumentenschutz!*)

KB Entwicklungen am Wirtschaftsstandort Österreich

▶ 4.Klasse:

KB Mensch und Natursysteme

KB Europa und europäische Integration (*LZ 4.5...Verbraucherschutz usw.*)

KB Das eigene Ich in einer vernetzten Welt



Konsum - ein wichtiges Thema in den Lehrplänen

Lehrplan für die Sek II

Basiskonzepte:

- ▶ Arbeit, Produktion und Konsum
- ▶ Nachhaltigkeit und Lebensqualität
- ▶ Interessen, Konflikte und Macht
- ▶ Märkte, Regulierung und Deregulierung
- ▶ Kontingenz



Konsum - ein wichtiges Thema in den Lehrplänen

Lehrplan für die Sek II

► 5.Klasse:

Die wirtschaftlichen Bedürfnisse der Menschen bewerten

► 7.Klasse:

Unternehmen und Berufsfelder analysieren (*LZ: Produkt- und Geschäftsideen ...*)

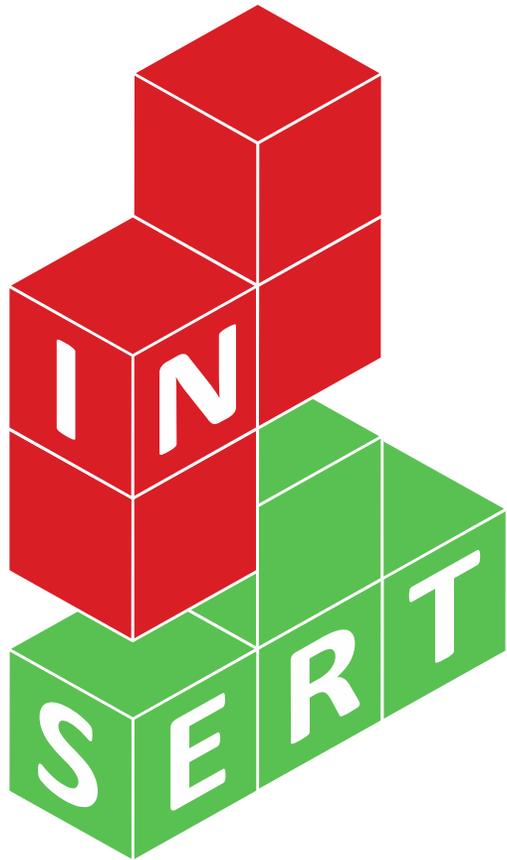
Naturräumlichen Chancen und Risiken erörtern (*LZ: eigene Strategien für ökologisch nachhaltiges Handeln entwickeln*)

► 8.Klasse:

Chancen und Gefahren der Globalisierung erörtern (*LZ: Strategien individuell, betrieblich und gesellschaftlich nachhaltigen Handelns entwickeln*)

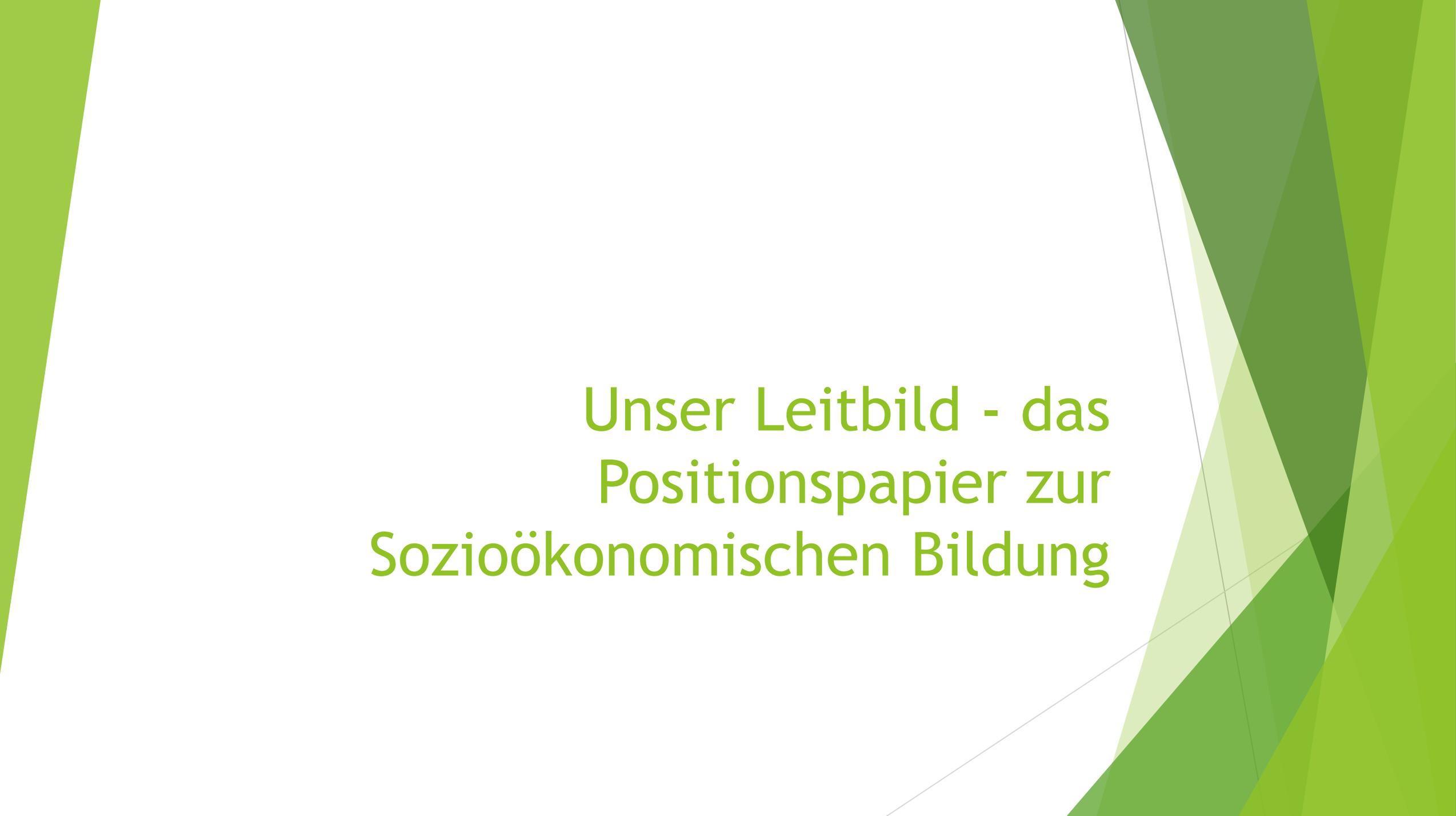
Das Thema Konsum in der Schule

**Wie können Ihnen die Lehr- und Lern-
Arrangements der Website INSERT und INSERT
MONEY dabei helfen?**



International Research Network for Socio-Economic Education and Reflection

Wir stellen unsere Website vor

The background features abstract, overlapping geometric shapes in various shades of green, ranging from light lime to dark forest green. The shapes are primarily triangles and polygons, creating a dynamic, layered effect. The central text is positioned in the white space between these green elements.

Unser Leitbild - das
Positionspapier zur
Sozioökonomischen Bildung

Motivation für INSERT und INSERT MONEY: Das Positionspapier in Umsetzung bringen



ÖSTERREICHISCHE GEOGRAPHISCHE GESELLSCHAFT
Fachgruppe für geographische und sozioökonomische Bildung

Positionspapier

Sozioökonomische Bildung

im Unterrichtsgegenstand „Geographie und Wirtschaftskunde“
an Österreichs allgemeinbildenden Schulen der Sekundarstufe I und II

Im Zentrum des Faches „Geographie und Wirtschaftskunde“ (GW) steht der in gesellschaftlichen Kontexten räumlich und wirtschaftlich handelnde Mensch.¹ Dies schließt die Jugendlichen und ihre Lebenswelten mit ein.^{2,3} Diese grundlegende Zugangsweise verbindet GW mit der sozioökonomischen Bildung⁴, die Wirtschaft als *gesellschaftlich eingebettet*⁵ und von jedem Menschen *mitgestaltet*⁶ versteht. Eines der zentralen Bildungsziele ist es, die reflektierte Weltaneignung⁷ von jungen Menschen im Sinne der Entfaltung von *Orientierungs-, Urteils- und Handlungsfähigkeit*⁸ zu fördern. Junge Menschen sollen befähigt werden, sich in unserer stark ökonomisch geprägten Gesellschaft zu orientieren⁹, sich eine begründete, ethisch fundierte Meinung zu bilden¹⁰ sowie an gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Prozessen mündig mitzuwirken¹¹; sei es im Haushalt, beim Konsum, in der Arbeitswelt als Arbeitnehmer/in oder Unternehmer/ in oder auch in gesellschaftlichen Zusammenhängen auf lokaler, regionaler, nationaler oder supranationaler Ebene^{12,13}. Daher führt die Sensibilisierung für lebensdienliches Wirtschaften¹⁴, die Bildung für nachhaltige Entwicklung¹⁵ sowie die Bereitschaft zu verantwortungsvoller gesellschaftlicher Partizipation¹⁶ zu individueller Emanzipation¹⁷.

Die sozioökonomische Bildung innerhalb des Unterrichtsfaches GW verfolgt daher im Rahmen der *wirtschaftlichen Allgemeinbildung*¹⁸ folgende *Prinzipien*¹⁹:

In Bezug auf Lernprozesse:

1. **Schüler- und Lebensweltorientierung** (durch den Bezug auf ökonomisch, politisch, medial und gesellschaftlich geprägte Lebenswelten sowie die Alltagserfahrungen der jungen Menschen).²⁰
2. **Individualisierung** (durch den Einsatz angemessener Unterrichtsmethoden und Sozialformen sowie durch adäquate Berücksichtigung von Präkonzepten, informellen Lernprozessen, Binnendifferenzierung und Diversität).²¹
3. **Kompetenz- und Handlungsorientierung** (über bloßes Wirtschaftswissen hinaus durch das Verstehen von Zusammenhängen, Anwenden des Gelernten, Reflektieren der eigenen Einstellungen, Entscheidungen und Handlungen sowie Bereitschaft zu lebenslangem Lernen. Hinzu müssen auch methodische und soziale Kompetenzen kommen).²²

In Bezug auf Gegenstandsbereiche:

4. **Aktualitäts- und Zukunftsbezug** (von exemplarisch ausgewählten, bildungsrelevanten Themen mit Problembezug).²³
5. **Kritische Zugänge** (durch Reflexion des praktizierten Wirtschaftens auf Haushalts-, Unternehmens- und Gesellschaftsebene einschließlich der Interessen- und Machtkonstellationen im Sinne eines Zugangs zur politischen Bildung).²⁴

In Bezug auf Wissenschaft:

6. **Inhaltliche Mehrperspektivität und Pluralismus** (mittels Bewertung von kontroversen Wahrnehmungen, Darstellungen und Interessen insbesondere unter Einbeziehung von unterschiedlichen wirtschaftlichen Paradigmen, Ideologien, Welt- und Menschenbildern).²⁵
7. **Wissenschaftsorientierung** (unter besonderer Berücksichtigung der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften und des Prinzips der Multidisziplinarität).^{26,27}

Wien, im Jänner 2017



Über das Projekt INSERT

Das Projektnetzwerk INSERT ist eine Initiative der Fachgruppe Geographische und Sozioökonomische Bildung (GESÖB) der Österreichischen Geographischen Gesellschaft (ÖGG). INSERT ist eine Abkürzung und bedeutet „International Research Network for Socio-Economic Education and Reflection“. Das Projektnetzwerk verfolgt drei Ziele:

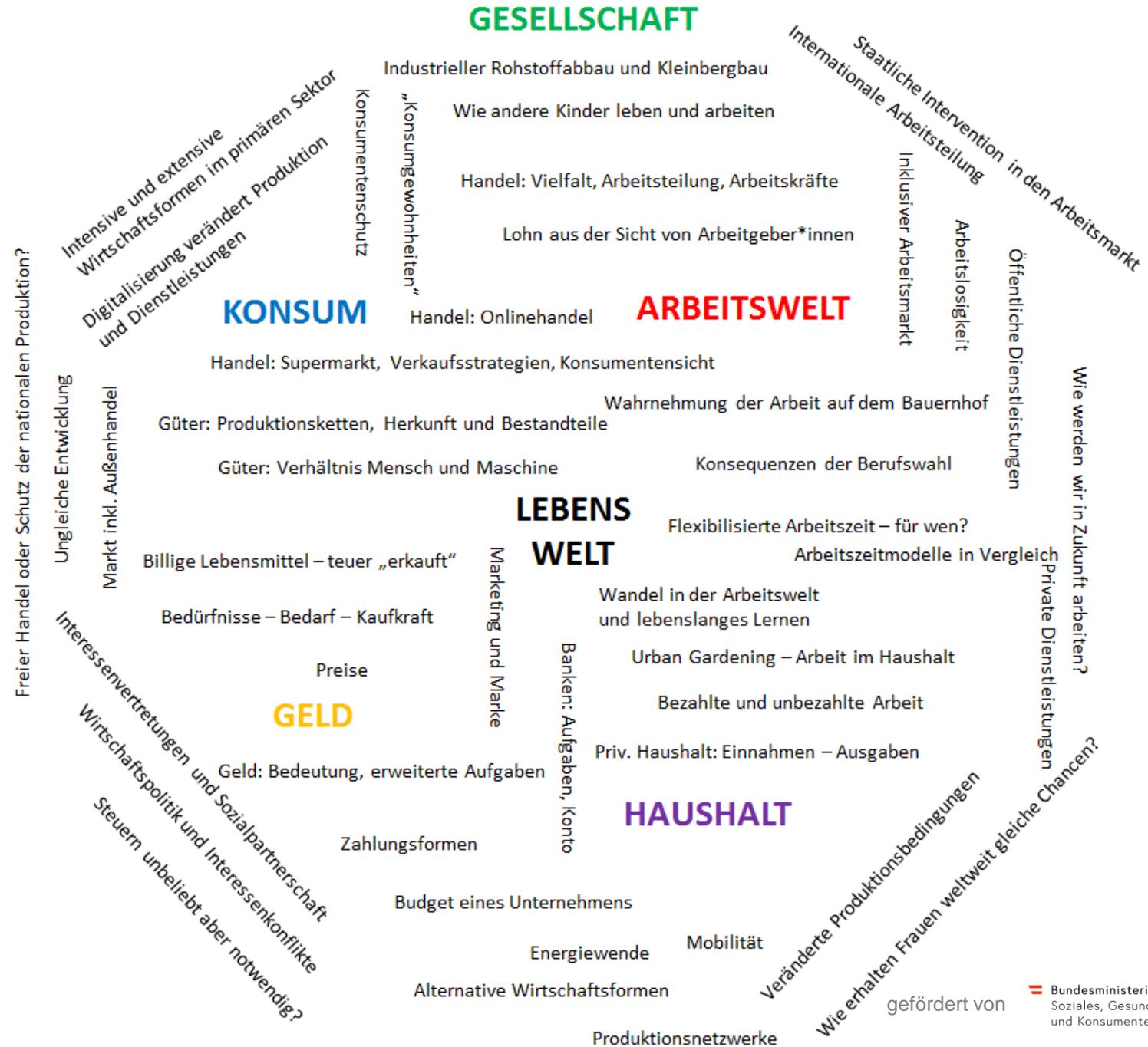
- Gestaltung innovativer Lern-Lehr-Arrangements durch GW-Lehrkräfte gemeinsam mit GW-Fachdidaktikerinnen und GW-Fachdidaktikern.
- Bestandsaufnahme zur sozioökonomischen Bildung mittels Unterrichtsbeispielen, Stellungnahmen, Grundsatzpapieren, Studien etc.
- Durchführung und Publikation von fachdidaktischer Begleitforschung.

Fördergeber

Die Unterrichtsbeispiele der Themenbereiche Haushalt, Konsum und Geld wurden vom [Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz](#), die Themenbereiche Arbeitswelt und Gesellschaft von der [Arbeiterkammer Wien](#) gefördert.

INSERT- Themenfelder

orientiert am
Lehrplan
der Sek I



International Research Network
for Socio-Economic Education
and Reflection



FACHGRUPPE GEOGRAPHISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE BILDUNG
DER ÖSTERREICHISCHEN GEOGRAPHISCHEN GESELLSCHAFT

gefördert von
Bundesministerium
Soziales, Gesundheit, Pflege
und Konsumentenschutz



INSERT-MONEY - das Folgeprojekt mit Schwerpunkt Geld und Finanzen



International Research Network
for Socio-Economic Education
– Money and Finances

Das Projektnetzwerk INSERT-MONEY ist ebenfalls eine Initiative der Fachgruppe Geographische und Sozioökonomische Bildung (GESÖB) der Österreichischen Geographischen Gesellschaft (ÖGG). Der Zusatz MONEY weist auf den Themenschwerpunkt **Finanzbildung** hin. Projektstart war 2021.

Fördergeber:

Die Unterrichtsbeispiele zur Finanzbildung werden von der OeNB gefördert.

Weitere Sponsoren: AK Wien, AK Tirol und Österreichische Geographische Gesellschaft (GESÖB)

INSERTMONEY - Themenfelder



International Research Network
for Socio-Economic Education
– Money and Finances

Geldwert: Inflation

Sparziele und Sparformen

Digitalisierung - Auswirkungen auf Umgang mit Geld?

Armut und Wohlstand in einer globalisierten Welt

Produkt herstellen und vermarkten

Sicherheitsmerkmale der Euro-Banknoten **Sek I**

Wie beeinflusst Geld unsere Bedürfnisse und Wünsche?

Rolle von Wohlstand und Geld für die Konstruktion von Identität und Lebensqualität

GELD

Staatliche Pension und/oder private Altersvorsorge?

Bedürfnisbefriedigung unter ökonomischen, sozialen und ökologischen Aspekten

Die Rolle des Finanzkapitals in der globalisierten Wirtschaft

Die Rolle unterschiedlicher Märkte für die Preisbildung

Homo oeconomicus contra homo socio-oeconomicus - finanzielle Entscheidungen vor dem Hintergrund unterschiedlicher Ideologien

Welche Wege gibt es aus der Schuldenfalle

FINANZEN

Staatlich garantiertes Geld oder Kryptocoins?

Geld zurück vom Finanzamt - die Arbeitnehmerveranlagung

Ökonomisierung/Monetarisierung digitaler Alltagspraktiken

Woher bekommen Unternehmen das notwendige Kapital?

Sek II

Welcher Lohn steht mir zu?

Finanzialisierung der Natur

Kreditaufnahme

Alternative Zugänge unter der Lupe (z.B. Regionalwährungen, Zeitbanken, Ethische Banken)

Einkommensdisparitäten spalten die Gesellschaft und gefährden die Demokratie

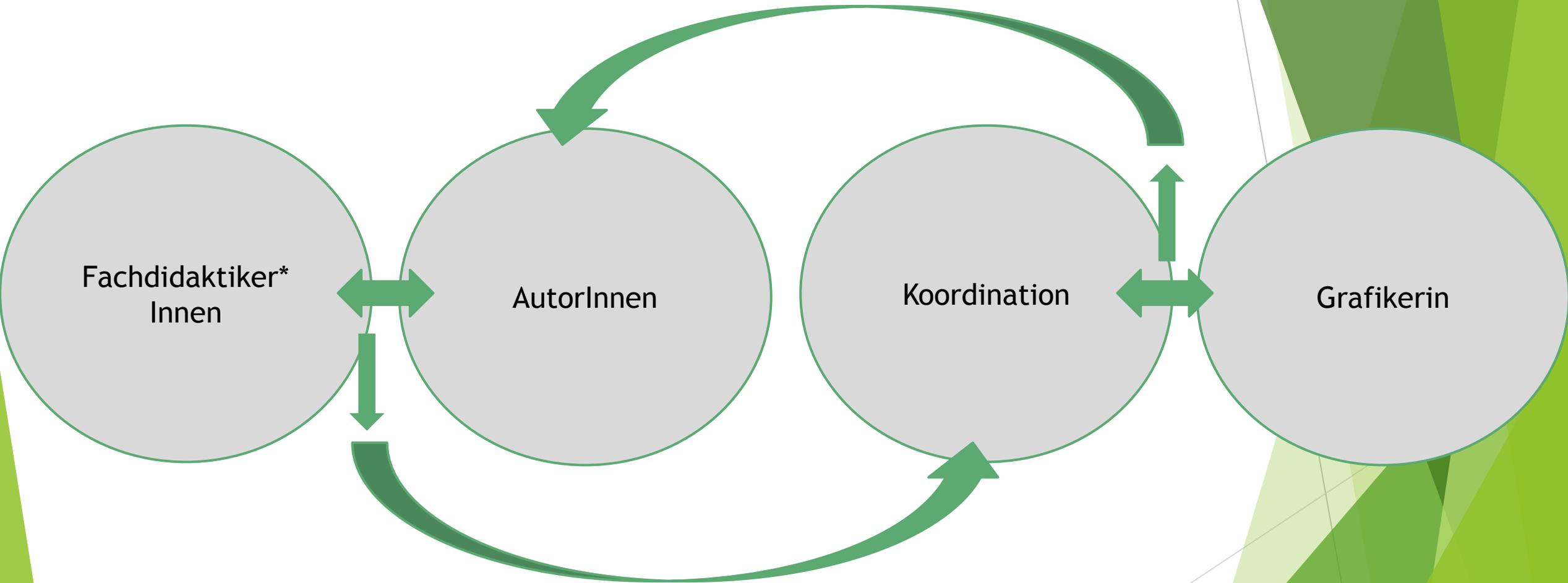
Zusammen-
arbeit mit



The background features abstract, overlapping geometric shapes in various shades of green, ranging from light lime to dark forest green. These shapes are primarily located on the left and right sides of the frame, creating a modern, dynamic feel. The central area is a clean white space where the text is placed.

Von den Ideen zur Präsentation

Gestaltungsprozess - Prototypen



Mehr als 70 Lehr- und Lern -Arrangements - einige Beispiele (Stand Jänner 2023)



Überschuldung: Umgang mit Geld



„Urban Gardening“ – Gärtnern in der Stadt



Veränderte Produktionsbedingungen in Handwerk und Industrie



Währungsunion: Chancen und Grenzen aus persönlicher Sicht



Wahrnehmung der Arbeit auf dem Bauernhof



Wandel in der Arbeitswelt: lebenslanges Lernen

LLAs zum Thema Konsum 1

Einteilung nach Klassen

► 5./6. Schulstufe

Wahrnehmung der Arbeit auf dem Bauernhof

Konsumgewohnheiten - Ausdruck unterschiedlicher Lebensstile

Wünsch dir was - kauf es dir!

Handel: Supermarkt, Verkaufsstrategien, Konsumentensicht

Wie sicher sind unsere Produkte?

Handel: Online-Handel

Marketing und Marke

Handel: Vielfalt, Arbeitsteilung, Arbeitskräfte

Globale Warenketten: Reise meines Orangensafts

Konsum: Produkte entwickeln

Konsum: Angebotsvergleich

LLAs zum Thema Konsum 2

► 7./8. Schulstufe:

Konsumentenschutz: Rechte und Pflichten

Konsumentenschutz: Gewährleistung und Garantie

Wenn das Leben zu teuer wird. Ist Nachhaltigkeit für alle leistbar?

Fake-shops im Onlinehandel auf der Spur

Außenhandel: Interview mit einer Schokowaffel

Digitalisierung: Auswirkung auf Kaufverhalten und Umgang mit Geld

Überschuldung - Umgang mit Geld

Nachhaltigkeit: Lebensmittel für den Müll

Energiewende: was wir persönlich dazu beitragen können

Billige Lebensmittel haben einen hohen Preis

LLAs zum Thema Konsum 3

9.-12. Schulstufe

- ▶ Konsumentenschutz-Onlinehandel
- ▶ Kreditaufnahme-Konsumkredite
- ▶ Finanzialisierung der Natur

In Kürze auf unserer Website:

- ▶ Was wir wollen-was wir uns leisten können-was wir brauchen

Aufbau der Lehr-Lern-Arrangements

Auf einen Blick: Fachdidaktisches Konzept (Lehrplanbezüge, Lernziele, Kontext zur sozioökonomischen Bildung, Materialenvorbereitungen u.v.m.)

Unterricht konkret: Detaillierte Verlaufsplanung der Einheiten

Materialien: Kopiervorlagen aller Lernmaterialien für Schüler*innen

Lösungen bzw. Erwartungshorizont: Musterlösungen für Lernmaterialien, tlw. fachdidaktische Ergänzungen zu den Inhalten

Anhang: Quellen, Erfahrungen aus den Unterrichtserprobungen und Adaptionshinweise



- 2-4 Auf einen Blick – fachdidaktisches Konzept
- 5-7 Unterricht konkret – Ablauf
- 8-16 Materialien
- 17-22 Lösungen
- 23-25 Anhang (Quellen, Erfahrungen und Adaptionshinweise)

Auf einen Blick

Schwierigkeitsbarometer



Schwerpunkt	(Digitaler) Umgang mit Geld, Konsum
Stichworte	Digitalisierung, Kaufentscheidungen, Konsum, digitaler Umgang mit Geld anhand der App mEins, OeNB-Übungstool
Konkretisierung des Themas	<ul style="list-style-type: none">• Digitalisierung lebensnah erfassen und im eigenen Alltag verstehen• Mit der Art des gewählten Zahlungsmittels (Bargeld/digital) einhergehende Konsumveränderungen bemerken, reflektieren und diskutieren• Finanztools wie die App mEins der OeNB erproben und einsetzen
Dauer	2 Unterrichtseinheiten à 50 Minuten
Schulstufe	7. Schulstufe aktueller Lehrplan 8. Schulstufe neuer Lehrplan laut Entwurf
Schulform	MS und AHS
Lehrplanbezug	<p><u>Aktueller Lehrplan:</u> „Erkennen der Notwendigkeit, im privaten Haushalt Ausgaben den finanziellen Möglichkeiten entsprechend zu planen.“</p> <p><u>Neuer Lehrplan laut Entwurf:</u> „4. Klasse, Kompetenz- und Anwendungsbereich Mein Leben in einer vernetzten Welt – Die Schülerinnen und Schüler können [...] eigene Zukunftsvorstellungen, Wünsche und Bedürfnisse in Bezug auf individuelle Entwicklungsmöglichkeiten, finanzielle Rahmenbedingungen, Lebensqualität und gemeinsame Herausforderungen benennen, vergleichen und reflektieren sowie politische Prozesse mitgestalten.“</p>
Zentrale fachliche Konzepte geplanter Lehrplan	<ul style="list-style-type: none">• Vernetzung und Veränderung• Werte und Identitäten

Teil1 das fachdidaktische Konzept

Gleicher Aufbau für alle Lehr -und
Lern - Arrangements



Großlernziel	Die Schüler/innen reflektieren, inwieweit sich (ihr) Verhalten durch digitale Konsummöglichkeiten verändert. Als Hilfsmittel für einen planvollen Umgang mit Geld dient ihnen hierbei die App m€ins der OeNB (AFB III).
Feinlernziele	<p><u>Einheit 1: „Onlineshopping oder Shoppingcenter?“</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Schüler/innen erarbeiten mithilfe von Schlüsselbegriffen eine gemeinsame Definition des Begriffs Digitalisierung (AFB II). • Die Schüler/innen leiten aus ihren bisherigen Erfahrungen Tipps zum (digitalen) Konsum ab (AFB III). • Die Schüler/innen zeigen auf, wo Digitalisierung beim Einkaufen zum Einsatz kommt und leiten davon ausgehend eigene Handlungsmöglichkeiten ab (AFB I und III). <p><u>Einheit 2: „App m€ins unterstützt Melanie“</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Schüler/innen stellen komplexe Begriffe zum Thema Digitalisierung pantomimisch dar bzw. benennen den pantomimisch dargestellten Begriff (AFB I und II). • Die Schüler/innen planen mit (digitalen) Hilfsmitteln wie der App m€ins der OeNB Einnahmen und Ausgaben (AFB II). • Die Schüler/innen erarbeiten individuelle Konzepte, mit denen sie durch Digitalisierung herbeigeführte finanzielle Herausforderungen bewältigen können (AFB II). • Die Schüler/innen reflektieren ihr Konsumverhalten und stellen digitalen Konsum dem Einkaufen vor Ort gegenüber (AFB II und III).
Kontext zur sozioökonomischen Bildung (theoretische Bezüge)	Die sozioökonomische Bildung versteht Wirtschaft als gesellschaftlich eingebettet und von jedem Menschen mitgestaltbar. In diesem Sinn sollen junge Menschen mit den grundlegenden Kompetenzen für eine Orientierungs-, Urteils-, und Handlungsfähigkeit in wirtschaftlich geprägten Lebenssituationen ausgestattet werden. Dem folgend orientiert sich das Lehr-Lern-Arrangement dieser Einheit an den Lebenswerten der Lernenden. Die Schüler/innen erwerben im Rahmen einer fiktiven Shoppingtour wirtschaftliche Kompetenzen, die in ihrem Alltag Anwendung finden können. Somit kommt man dem Ziel sozioökonomischer Bildung näher, mit der man bewusst handelnde Wirtschaftsbürger/innen ausbilden möchte, die beispielsweise erkennen, wie Digitalisierung den Umgang mit Geld positiv bzw. negativ beeinflussen kann. Somit wird die Fähigkeit zu kritischer



	<p>Reflexion digitalen Konsums gefördert. Darüber hinaus lernen Schüler*innen mit Hilfe einer App eine Möglichkeit kennen, die sie unterstützen kann einen Überblick über ihre eigenen Finanzen zu haben. Sie werden somit dazu befähigt, sich in unserer ökonomisch geprägten Gesellschaft zu orientieren (Friedrich & Hofmann-Schneller 2017: S. 56f.).</p>
Methoden	<p>a) Buchstaben-Impulse https://www.methodenkartei.uni-oldenburg.de/uni_methode/buchstaben-verbindungen/ (14.04.2021)</p> <p>b) Zusammenfassendes Unterrichtsgespräch mittels padlet https://de.padlet.com/ (14.04.2021)</p> <p>c) Pantomime https://www.methodenkartei.uni-oldenburg.de/uni_methode/pantomime/ (14.04.2021)</p> <p>d) Word Cloud https://www.virtuos.uni-osnabrueck.de/hoerschuldidaktik/methoden/word_cloud.html (14.04.2021)</p>
Vorbereitung	<p><u>Einheit 1: „Onlineshopping oder Shoppingcenter“</u></p> <ul style="list-style-type: none">- M1: Digitalisierung – erste Definition (Kopien in Klassengröße oder um Kopien zu sparen per Beamer projizieren)- M2: Arbeitsblatt Shoppingcenter (Kopien in halber Klassengröße)- M3: Arbeitsblatt Onlineshopping (Kopien in halber Klassengröße)- Padlet (Zugang zur Webseite https://padlet.com/; Smartphones der Schüler*innen; Beamer) <p><u>Einheit 2: „App mEins unterstützt Melanie“</u></p> <ul style="list-style-type: none">- M4: Begriffskarten (einmaliger Druck; Kärtchen ausschneiden)- M5: Leitfaden für Partnerarbeit (Kopien in Klassengröße)- PowerPoint-Präsentation: Bei Folie 6 kommt eine Word Cloud zum Einsatz, die via https://www.mentimeter.com erstellt wird; die Lehrperson benötigt einen Account für Mentimeter und muss die Word Cloud im Vorhinein anlegen und den Zugangs-QR-Code für die Schüler*innen bereitstellen- Anleitung für Lehrpersonen zur Benützung der App mEins der OeNB (https://www.eurologisch.at/meins/) am Smartphone oder Desktop



Gleicher Aufbau für alle Lehr- und Lern- Arrangements

Teile 2 - 6

- ▶ Unterricht konkret - Ablauf
- ▶ Materialien
- ▶ Erwartungshorizont/Lösungen
- ▶ Quellen
- ▶ Erfahrungsberichte und Adaptionmöglichkeiten

INSERT und INSERT MONEY - Beispiele zum Thema „Konsum“ unter der Lupe

Sie haben nun Gelegenheit einige dieser LLAs genauer zu studieren. Aus der großen Anzahl der Beispiele bitte ich Sie **mind.2 für die SEK I und 1 für SEK II auszuwählen und zu begutachten:**

SEK I:

Wünsch dir was - kauf es dir! (5.Schulstufe)

Konsum - Angebotsvergleich (6.Schulstufe)

Konsumentenschutz: Rechte und Pflichten (7.Schulstufe)

Digitalisierung - Auswirkungen auf Kaufverhalten und Umgang mit Geld. (7. und 8. Schulstufe)

SEK II:

Kreditaufnahme - Konsumkredite (12.Schulstufe)

Konsum: Finanzialisierung der Natur (12.Schulstufe)

Empfohlene Vorgangsweise für das Studium der ausgewählten LLAS

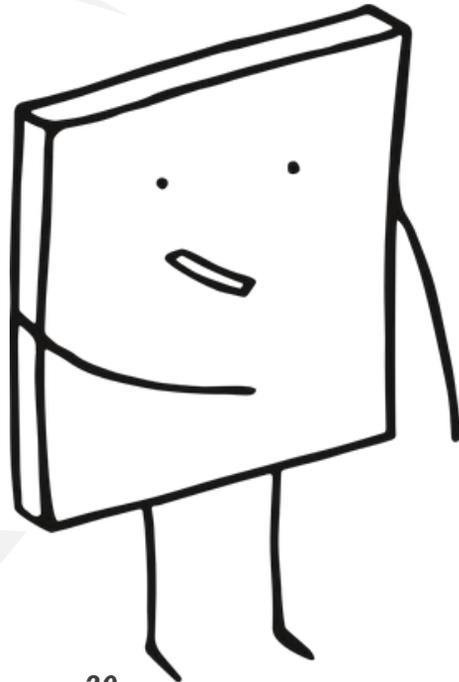
- 1) <https://insert.schule.at/unterrichtsbeispiele>
- 2) Mit dem **Cursor zur linken Spalte** und dort zum Thema „**Konsum**“ - anklicken
- 3) **Gewünschtes LLA** anklicken und downloaden
- 4) Sie finden alle LLAs beim Thema „**Konsum**“. Nur das LLA für die 12.Schulstufe „Kreditaufnahme-Konsumentenschutz“ finden sie unter „**Geld und Finanzen**“ (linke Spalte bei Unterrichtsbeispielen).

Mögliche Diskussionspunkte:

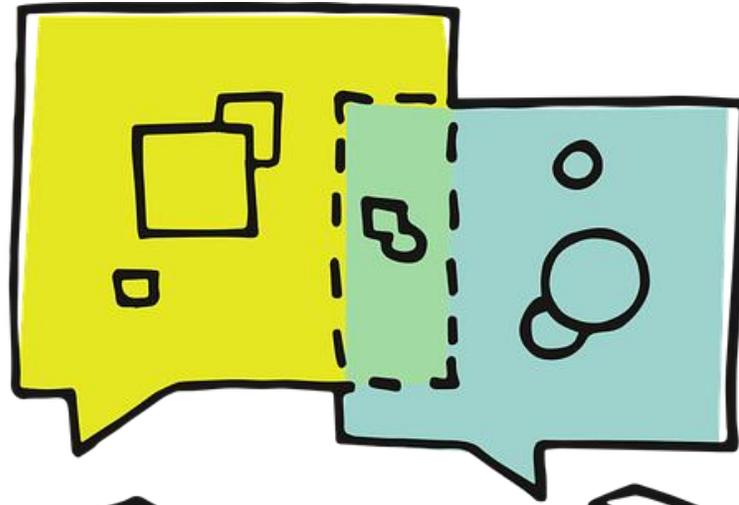
Stärken?

Mehrwert im
Vergleich zu
Schulbüchern?

Umsetzbarkeit in AHS-
Unterstufe und MS?

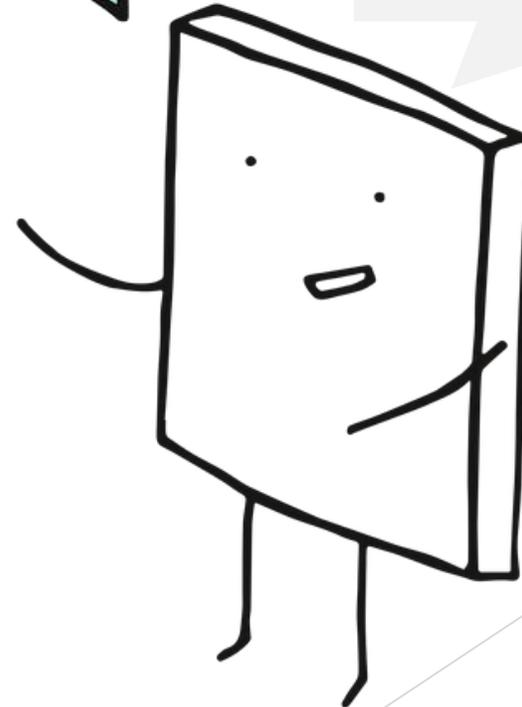


30



Verbesserungsvorschläge?

Impulse zum
Weiterdenken und
Weiterarbeiten...



Unser Service 1

Good -Practice-Beispiele in Buchform

Drei Unterrichtsbeispiele pro Schulstufe als Impulse für den sozioökonomischen Unterricht der SEK I

Bei Interesse wenden Sie sich bitte an die AK Wien; Buch und Versand sind kostenlos:

- Online unter www.arbeitsweltundschule.at
- Man muss sich dazu anmelden (Account anlegen), kann den Artikel dann in den Warenkorb legen und gratis bestellen.
- oder über E- Mail mit der Lieferadresse an arbeitsweltundschule@akwien.at



Unser Service 2

Einige interessante Adressen zum Thema Konsum:

https://cocolab.wirtschaftsmuseum.at/media/download/COCO_Broschure_web.pdf

<https://www.bpb.de/lernen/angebote/was-geht/504076/modekonsum/>

<https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/fluter/315435/mode/>

https://www.politik-lernen.at/dl/kLqqJMJKomlMOJqx4kJK/pa_3_2019_obsoleszenz_web_pdf

https://www.politik-lernen.at/dl/mOrqJMJKoMNMLJqx4KJK/ich_kauf_mir_was_webneu_pdf

https://www.politik-lernen.at/dl/uosLJMJKomLmNJqx4kJK/edpol_2015_mehr_haben1_gesamt_web_pdf

<https://www.politik-lernen.at/wirtschaftsundverbraucherinnenbildung>

https://www.politik-lernen.at/dl/slsLJMJKomlnoJqx4kJK/pa4_20_maerkteundmoneten_web_pdf

<https://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Startseite>

Verwendete Text- und Bildquellen

- ▶ https://cdn.pixabay.com/photo/2019/07/24/14/17/shopping-4360296_340.jpg
- ▶ https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcR05_qxsRQNxqy7JHUEfgwMlLptnhiZEMD-jQ&usqp=CAU
- ▶ https://cdn.pixabay.com/photo/2015/02/13/08/01/news-634808_340.jpg
- ▶ https://cdn.pixabay.com/photo/2016/06/06/06/14/limited-time-offer-1438906_340.png
- ▶ https://cdn.pixabay.com/photo/2015/07/19/08/09/hand-851208_340.jpg

- ▶ <https://www.bpb.de/lernen/angebote/was-geht/504076/modekonsum/>
- ▶ https://www.politik-lernen.at/dl/uosLJMJKomLmNJqx4kJK/edpol_2015_mehr_haben1_gesamt_web_pdf

Danke für Ihr Interesse