

Abgabetermin:



# Mein Konsumtagebuch

Glück ist für mich:

---

---

---

---

## Bewertungskriterien



In deinem Konsumtagebuch geht es um die Auseinandersetzung mit den Themen Glück und Konsum. Dabei geht es unter anderem um deine persönliche Haltung und Einstellung zu diesen Themen.

In Verbraucherbildung gibt es in diesem Bereich keine Richtig- und Falsch-Antworten. Vielmehr musst du für dich einen Weg finden, kritisch und selbstbestimmt mit dem umzugehen, was du in deiner Lebenswelt findest. Du bist der Verbraucher und Verbraucherbildung ist (d)ein lebenslanger Prozess.

Der Inhalt deines Konsumtagebuchs wird nur in Teilen benotet. In die Benotung hinein fließt jedoch wie gewohnt die Vollständigkeit und der Umfang der zu bearbeitenden Aufgaben und Materialien.

Bereich	Kriterien	Pkt.	erreicht
äußere Form	Das Konsumtagebuch hat ein ausgefülltes Inhaltsverzeichnis und die Seiten sind nummeriert.	3	
	Alle Texte sind leserlich geschrieben.	3	
	Das Konsumtagebuch hat ein selbst gestaltetes Deckblatt.	3	
	Das Konsumtagebuch ist in einem einwandfreien, richtig sortierten Zustand.	3	
Inhalt	Die folgenden Aufgaben sind vollständig enthalten und bearbeitet:		
	Mein Glücks-Rückblick	3	
	Meine Glücksmomente	3	
	Meine Konsummomente	4	
	Werbung, Verbraucherfallen und Freunde – Wer konsumiert hier eigentlich	8	
	Instagram vs. Reality – Konsummacht der „Influencer“	6	
	Nachhaltige Konsumententscheidungen im Supermarkt treffen	6	
	Mindmap Konsumeinflüsse	6	
	Um eine Ü1 zu erhalten, wurden an passenden Stellen eigenständig Inhalte hinzugefügt (z. B. Bericht über eine Konsumerfahrung, selbst entdeckte Verbraucherfälle, ...).	4	
<b>Gesamtpunktzahl:</b>		<b>52</b>	

Pkt.	52-49	48-43	42-37	36-31	30-25	24-19	18-12	11-0
Note	Ü1	Ü2	Ü3	Ü4	Ü5	Ü6	Ü7	Ü8

\_\_\_\_\_  
Datum/Unterschrift

\_\_\_\_\_  
Unterschrift Erziehungsberechtigte



## Mein Glücks-Rückblick

Manchmal ist es nützlich, herauszufinden, wann man sich besonders gut gefühlt hat.



1. Überlege und notiere zunächst mit Bleistift in der untenstehenden Grafik. Am Ende entsteht deine ganz persönliche Glückslinie oder Kurve.



Kindergartenzeit

Grundschulzeit

weiterführende Schule

....?

2. Stelle deine Glücksmomente einem Partner vor. Gibt es Momente, die ihr ergänzen könnt?





## Werbung, Verbraucherfallen und Freunde - Wer konsumiert hier eigentlich?



I. In der Küche sind mehrere Verbraucherfallen aufgebaut. Schaut euch die Verbraucherfallen genau an und tragt in die Liste ein. Stellt die Verbraucherfalle außerdem im Kasten zeichnerisch dar.

Verbraucherfalle: \_\_\_\_\_

Beschreibt, was das Problem darstellt:

---

---

---

Nennt Möglichkeiten, diese Verbraucherfalle zu vermeiden:

---

---

---

A large empty rectangular box with a green border, intended for drawing the consumer trap.

Verbraucherfalle: \_\_\_\_\_

Beschreibt, was das Problem darstellt:

---

---

---

Nennt Möglichkeiten, diese Verbraucherfalle zu vermeiden:

---

---

---

A large empty rectangular box with a green border, intended for drawing the consumer trap.

Verbraucherfalle: \_\_\_\_\_

Beschreibt, was das Problem darstellt:

---

---

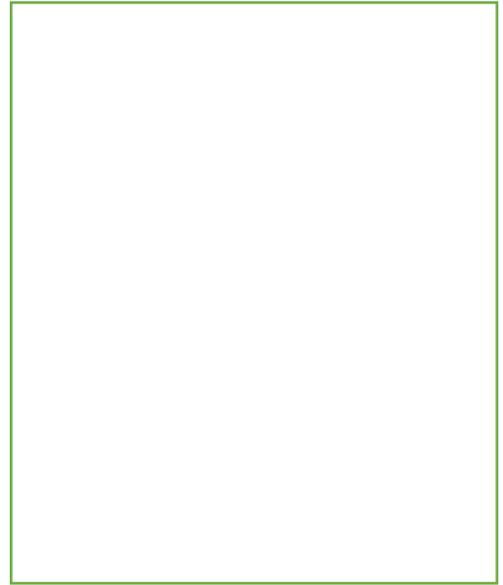
---

Nennt Möglichkeiten, diese Verbraucherfalle zu vermeiden:

---

---

---



Verbraucherfalle: \_\_\_\_\_

Beschreibt, was das Problem darstellt:

---

---

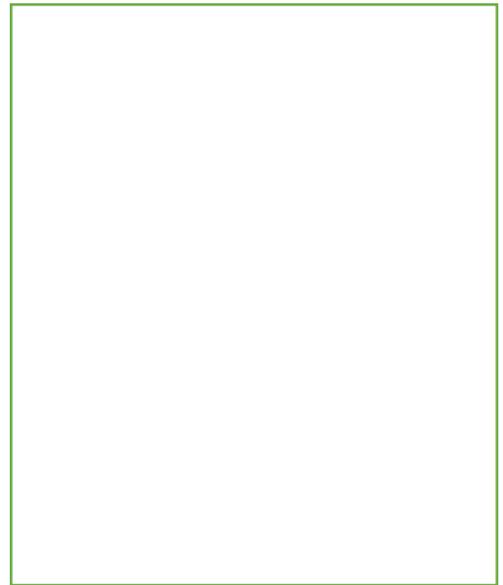
---

Nennt Möglichkeiten, diese Verbraucherfalle zu vermeiden:

---

---

---



2. Definiert den Begriff *Verbraucherfalle* in eigenen Worten.

---

---

---

---

## Instagram vs. Reality - Konsummacht der „Influencer“



1. Mit Sicherheit kennst du einige Instagrammer, die als Influencer tätig sind, also häufiger bestimmte Produkte bewerben. Notiere sie.

---

---

---

2. Welche Produkte werden beworben? Notiere sie.

---

---

---

---

Es gibt sogenannte Influencer, die auf Instagram ihr Geld damit verdienen, ihre Follower zu beeinflussen und sie dazu zu bringen, bestimmte Produkte zu konsumieren. Als Follower hat man häufig das Gefühl, einen Einblick in das private Leben dieser Influencer zu erhalten. Sie machen sich dadurch sehr menschlich und nahbar, viele schauen ihnen gerne zu. Sie vermitteln den Eindruck, die beworbenen Produkte tatsächlich und tagtäglich zu nutzen. Mit extra für die Follower erfragten Rabattcodes sichern sie sich die „Liebe“ und Kaufbereitschaft ihrer „Kundschaft“. Vielen Verbrauchern gelingt es dabei nicht, zwischen Realität und Instagram zu unterscheiden. Sie glauben, dass den Instagrammern wirklich am Herzen liegt, dass sie als Verbraucher gute Preise für ein Produkt zahlen. Auf Instagram sind auch viele junge Nutzer unterwegs, die so etwas noch gar nicht einschätzen können und durch Influencer dazu angeregt werden, zu konsumieren.

3. Überlegt, welche Gefahren eine solche Konsummacht der Influencer mit sich bringt.

---

---

---

---

4. Entwickelt gemeinsam mit einem Partner Lösungsvorschläge für die Problematik. (Einfach nicht auf Influencer hören, zählt nicht.)

Instagram vs. Reality - Konsummacht der „Influencer“

Unsere Lösungsvorschläge





I. Du hast verschiedene Einflüsse auf Konsumententscheidungen kennengelernt. Stell diese in einer vernetzten Mindmap dar.



Was beeinflusst unsere Konsumententscheidungen?



<b>2 Pers.</b>			

Nun bist du am Ende deines Konsumtagebuches angekommen.



Schreibe auf.

Konsum ist für mich:

---

---

---

---

---

---

---

---

Glück ist für mich:

---

---

---

---

---

---

---

---