



Einführung Kapitel 2

Jugendliche im Spannungsfeld von Produktion und Konsum

Problemorientierung

Die immer weiter voranschreitende Kommerzialisierung der Lebensbereiche bestimmt heute wesentlich den Alltag von Jugendlichen in der heutigen westlichen Konsumgesellschaft. Jugendliche sind im Wirtschaftsgeschehen eine wichtige und viel umworbene Zielgruppe, da ihre Kaufkraft in den letzten beiden Jahrzehnten insgesamt stetig zugenommen hat. Sowohl Produzenten als auch die Kreditinstitute werben verstärkt um die Gunst der jugendlichen Verbraucherinnen und Verbraucher. Immer mehr Jugendliche jobben neben der Schule, um ihre wachsenden Konsumwünsche finanzieren zu können und immer mehr Jugendliche tappen dabei von der „Shopping-Tour“ in die Schuldenfalle (vgl. Süddeutsche Zeitung, 12.12.2013, Nr. 287, S.22). Um sich als Konsumenten behaupten zu können, brauchen die Jugendlichen das notwendige Orientierungswissen, das sie in die Lage versetzt, den marktwirtschaftlichen Wirtschaftsprozess zu verstehen und ihre Bedürfnisse vor dem Hintergrund ihrer finanziellen Möglichkeiten kritisch zu reflektieren sowie aus dem großen Angebot von Produkten und Dienstleistungen eine begründete kritische Auswahl im Sinne einer mündigen Wirtschaftsbürgerin/eines des mündigen Wirtschaftsbürgers treffen zu können. Zentraler Aspekt ist dabei nicht das Abwerten sondern das Bewusstmachen von Konsumwünschen und den damit möglicherweise verbundenen Bedürfnissen nach Anerkennung, Erfolg, Glück, Liebe etc. sowie die Förderung eines kritischen, am verfügbaren Geld sowie an nachhaltigem Denken orientierten Konsumentenverhaltens, wie es der neue Kernlehrplan Sozialwissenschaften NRW fordert.

Neue Inhaltsaspekte

Gegenüber der letzten Auflage von Dialog SoWi wird gemäß den vorgegebenen konkretisierten Sach- und Urteils Kompetenzen für das Inhaltsfeld durch entsprechende Medien und Methoden die erfahrungs- und handlungsorientierte Auseinandersetzung mit verschiedenen ökonomischen Verhaltensmodellen, die Rolle und Bedeutung von Marketingstrategien im marktwirtschaftlichen Prozess und die Rolle und der Umgang mit Geld vertiefend und gefördert, damit die Jugendlichen ihre eigenen Möglichkeiten als Konsumenten oder Produzenten zum verantwortlichen und nachhaltigem Handeln im marktwirtschaftlichen Wirtschaftsprozess kriterienorientiert beurteilen können.

Neue Methoden zur Förderung der Methoden- und Handlungskompetenz

Mit diesem Kapitel lassen sich viele der geforderten übergeordneten Methoden- und Handlungskompetenzen des neuen Kernlehrplan Sozialwissenschaften NRW effektiv und funktional realisieren. Neben der vertieften handlungs- und erfahrungsorientierten Analyse ökonomischer Modelle (vgl.z.B. Ultimatumspiel), sind nun zusätzlich die kriterienorientierte Analyse von Werbeprodukten, Rollenspiele zum Umgang mit Geld, Typentests zur Erforschung des eigenen Geld- und Konsumentenverhaltens, Erkundungen und Expertengespräche aufgenommen worden. Im Sinne einer „lernerseitigen“ und demokratisch ausgerichteten Planung wird hier für jedes schulinterne

Curriculum ein „Markt der Möglichkeiten“ auch zur Förderung sozialer und personaler Kompetenzen eröffnet.

Links

<http://www.aktion-schuldenfalle.de>

www.fairtrade.de

www.konsumwelt.de

<http://www.konsumpf.de>

<http://www.oeko-fair.de>

www.konsumkultur.de

<http://www.schuldnerhilfe.de/schuldentest-testen-sie-ihr-schuldenrisiko-schuldnerhilfede.html>

[http://www.fit-fuers-geld.de/schuldnerberatung/geld/quiz/?](http://www.fit-fuers-geld.de/schuldnerberatung/geld/quiz/)

http://www.mpg.de/1337033/Oekonomische_Gluecksforschung

<http://www.ruckriegel.org/gluecksforschung.htm>