



Kluger Konsum

# Lernen, die richtigen Kauf- entscheidungen zu treffen

Material für Lehrkräfte

## Herausgeber



## Finanztip Schule

Diese Materialien werden Ihnen von Finanztip Schule – der Bildungsinitiative der Finanztip Stiftung – zur Verfügung gestellt.

Weitere kostenlose Unterrichtsmaterialien finden Sie unter [www.finanztip.schule](http://www.finanztip.schule).

Wir danken Ihnen, dass Sie sich mit uns gemeinsam für mehr Finanzbildung an deutschen Schulen einsetzen!

## Kontakt

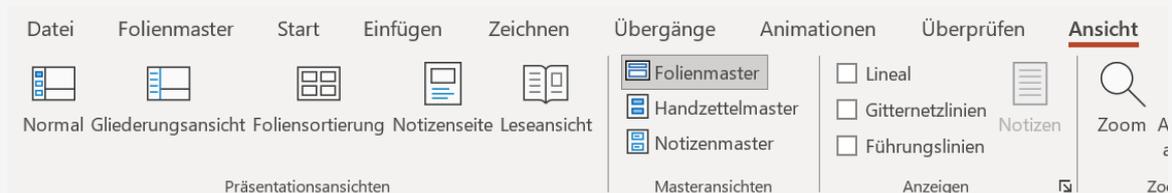
Bei Fragen, Anregungen, Lob oder Kritik steht Ihnen das Team von Finanztip Schule gern per Mail zur Verfügung: [info@finanztip.schule](mailto:info@finanztip.schule).

## Editierbarkeit

Jede Klasse ist anders. Sie als Lehrkraft kennen Ihre Schülerinnen und Schüler am besten. Um die Materialien auf Ihre Klasse und Ihr individuelles Unterrichtssetting zuzuschneiden, können Sie sie auch als editierbare PowerPoint-Version über unsere Seite herunterladen. Diese Version ist auch für den digitalen Einsatz im Klassenzimmer geeignet.

Beachten Sie bitte, dass der Großteil der Präsentationen im Folienmaster erstellt ist. Damit stellen wir sicher, dass beim digitalen Einsatz der Materialien keine ungewollten Änderungen passieren. Nur die Elemente, die regulär für eine Bearbeitung vorgesehen sind, lassen sich im normalen Bearbeitungsmodus ändern.

Um Änderungen im Folienmaster vorzunehmen, gehen Sie im PowerPoint bitte auf die Registerkarte „Ansicht“ und wählen dort „Folienmaster“ aus (zu finden im Abschnitt „Masteransichten“, s. Screenshot).



## Inhalte der Einheit „Kluger Konsum“

In dieser Lektion lernen Ihre Schülerinnen und Schüler ihr eigenes Konsumverhalten und das Verhalten der Verkäufer zu hinterfragen. Dabei erfahren sie unter anderem, welche Tricks Verkäufer anwenden, um sie zu einem Kauf zu motivieren, und lernen, wie sie richtig darauf reagieren.

### Liste aller enthaltenen Materialien

- KK-a **Übersicht** über Anwendungsmöglichkeiten, Lernziele und Kompetenzen
- KK-b **Stundenverlaufsplan** für eine Doppelstunde (plus Anschlussaufgabe)
- KK-c **Lösungen und Ausfüllhinweise** zu den Klassenmaterialien
- KK-1 **Handbuch** mit gängigen Verkäufertricks
- KK-2 **Liste** mit den Top 5 Verkäufertricks zum Ausfüllen mit der Klasse
- KK-3 **Arbeitsblätter** mit Werbebeispielen und Verkäufertricks
- KK-4 **Folie** mit den beiden Seiten des klugen Konsums
- KK-5 **Folie** zur Sammlung von Alternativen zu einem (Neu-) Kauf
- KK-6 **Arbeitsblatt** zur Binnendifferenzierung (Zitate & Verkaufstricks)

*Die Materialien sind mit Kürzeln versehen: KK steht für „Kluger Konsum“, Ziffern nummerieren Klassenmaterialien, Lehrkräfte-Materialien werden durch Buchstaben gekennzeichnet. Klassenmaterialien sind farbenfroh gestaltet, Material für Lehrkräfte grau und orange gehalten.*

## Bausteine der Einheit

### Baustein 1: Die Tricks der Verkäufer

65 Minuten | Unterrichtseinstieg plus Erarbeitung



In diesem Baustein beschäftigen sich Ihre Schülerinnen und Schüler mit verschiedenen Verkaufsstrategien in der Konsumgesellschaft. Ausgehend von eigenen Erfahrungen und auf Grundlage eines kleinen Handbuchs mit 12 Verkäufertricks analysieren die Schülerinnen und Schüler verschiedene Werbeelemente. Mithilfe konkreter Beispiele hinterfragen die Lernenden den Einfluss von Werbung und sozialen Medien auf das Konsumverhalten.

Material:

KK-1

KK-2

KK-3

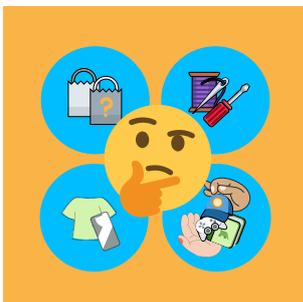
KK-6

KK-c

Notizen:

### Baustein 2: Unser Konsumverhalten

25 Minuten | Erarbeitung und Klassengespräch



In diesem Baustein reflektieren Ihre Schülerinnen und Schüler ihr eigenes Konsumverhalten. Im Klassengespräch sammeln sie Alternativen zu einem (Neu-) Kauf, auf der Grundlage eines Kurzvideos gehen sie zudem der Frage nach, ob Markenprodukte besser sind als No-Name-Produkte.

Material:

KK-5

KK-6

KK-c

Notizen:

**Einzelmaterial: Kleines Handbuch der Verkäufertricks  
individueller Zeitrahmen | vielfältig nutzbar**

Das kleine Handbuch der Verkäufertricks (Teil von Baustein 1) bietet Ihren Schülerinnen und Schülern einen Überblick über gängige Verkaufsstrategien. Jede Verkaufsstrategie wird am Beispiel eines einheitlichen Settings (Eisdiele) beschrieben und enthält Tipps zum richtigen Umgang mit den jeweiligen Verkäufertricks. Das Handbuch können Sie auch losgelöst von unserer Unterrichtseinheit in Ihren Unterricht integrieren.

**Material:** KK-1*Notizen:*

## Übersicht zur Einheit „Kluger Konsum“

### Allgemeine Informationen

<b>Dauer der Einheit:</b>	90 Min.
<b>Jahrgangsstufen:</b>	Klassen 6 bis 8
<b>Schulformen:</b>	alle weiterführenden Schulen (Sek I)
<b>Fächerbezug:</b>	Wirtschaftsunterricht

### Inhaltliche Relevanz des Themas

Kinder und Jugendliche in Deutschland verfügen über eine Kaufkraft von mehreren Milliarden Euro im Jahr. Das Recht räumt ihnen schon früh eine Teilhabe am wirtschaftlichen Leben ein und ermöglicht ihnen sogar das Treffen eigener Konsumententscheidungen ohne elterliche Zustimmung (Taschengeldparagraph). Industrie und Handel haben junge Menschen längst als Zielgruppe erkannt. Entsprechend wichtig ist es, frühzeitig die Konsumkompetenz zu fördern.

Diese Einheit dient dem Zweck, Kinder und Jugendliche für einen reflektierten Konsum zu sensibilisieren. Im Kern werden sie dazu angeleitet, einerseits die Verkäufermotivation und andererseits ihre eigene Kaufmotivation zu hinterfragen.

### Erforderliche Vorkenntnisse

- **Fachlich-inhaltlich:** Für diese Unterrichtseinheit sind keine speziellen inhaltlichen Vorkenntnisse aufseiten Ihrer Schülerinnen und Schüler erforderlich.
- **Methodisch:** Für diese Unterrichtseinheit sind keine speziellen methodischen Vorkenntnisse aufseiten der Schülerinnen und Schüler erforderlich.

### Erforderliche technische Ausstattung

- Zur Durchführung empfehlen wir Ihnen die Nutzung von **Laptop oder PC plus Beamer oder Fernseher**. Dies ist aber keine Voraussetzung. Für Ihre Schülerinnen und Schüler ist die Nutzung von Tablets sinnvoll (insbesondere um den Druckaufwand zu minimieren), aber nicht zwingend.

## Lernziele und Kompetenzen

In diesem Modul erwerben bzw. stärken die Schülerinnen und Schüler folgende Kompetenzen.

### Sachkompetenz:

- Sie kennen verschiedene Verkaufsstrategien (z. B. Streichpreise und Ankereffekt), die Verkäufer häufig anwenden, um uns zu einem Kauf zu bewegen.
- Sie können die Verkäufertricks in Werbeanzeigen, Schaufensteraufmachungen, Onlineshops, Social-Media-Posts u. ä. wiedererkennen (auch Medienkompetenz).

### Methodenkompetenz:

- Die Schülerinnen und Schüler können sich mithilfe von Texten und Videos Informationen über verschiedene Verkäufertricks beschaffen (auch Medienkompetenz).

### Urteilskompetenz:

- Die Schülerinnen und Schüler können die Intention eines Verkäufers sowie ihre eigene Kaufmotivation reflektieren.
- Sie können beurteilen, wann ein Kauf sinnvoll ist und wann nicht und Alternativen zu einem Neukauf aufzeigen.

### Selbst- und Sozialkompetenz:

- Die Schülerinnen und Schüler können sich in Partner- und Gruppenarbeit organisieren.
- Sie können miteinander diskutieren und beachten dabei die wichtigsten Regeln der Gesprächsführung.
- [Bei Nutzung der Anschlussaufgabe: Sie können Verkäufertricks anwenden und ihr Umfeld darüber aufklären.]

### Medienkompetenz:

- Die Schülerinnen und Schüler können die Verkäufertricks in Werbeanzeigen, Schaufensteraufmachungen, Onlineshops, Social-Media-Posts u. ä. wiedererkennen (auch Sachkompetenz).
- Die Schülerinnen und Schüler können sich mithilfe von Texten und Videos Informationen über verschiedene Verkäufertricks beschaffen (auch Methodenkompetenz).

- [Bei Nutzung der Anschlussaufgabe: Sie können ein eigenes Handbuch mit Verkäufertricks erstellen.]

## Hintergrundinformationen

Wenn Sie sich vorab noch mit dem Thema Kluger Konsum sowie insbesondere mit verschiedenen Denkmustern beschäftigen möchten, finden Sie hier weitere Informationen:

- [Liste mit diversen psychologischen Effekten und Denkmustern, Psyconversion.de](#)
- [Liste mit „Dark Patterns“ von Onlineshops, Verbraucherzentrale](#)
- [Liste mit Tricks speziell im Supermarkt, Utopia](#)

## Weitere Unterrichtseinheiten



### Unterrichtseinheit „Einnahmen und Ausgaben“

- Dauer: 45 Min.
- Jahrgangsstufen: Klassen 4 bis 8
- Schulformen: Grundschule, alle weiterführenden Schulen (Sek I)
- Fächer: Sachunterricht, Mathematik, Wirtschaftsunterricht

[zur Unterrichtseinheit](#)

## Stundenverlauf zur Einheit „Kluger Konsum“

Dauer, Phase	Sozialform, Material	Inhalt und Vorgehen
<b>Baustein 1: Die Tricks der Verkäufer (65 Min.)</b>		
5 Min. Einstieg	Frontal- unterricht/ Plenum/ Klassen- gespräch	<p>Die Lehrkraft (LK) beginnt die Stunde mit folgender Frage: „Wer von euch hat schon einmal etwas gekauft und den Kauf danach bereut?“</p> <p>Die LK sammelt die Rückmeldungen der Schülerinnen und Schüler (SuS), Gründe für ihre Fehlkäufe sowie deren Folgen (besonders wichtig für die Problematisierung).</p>
5 Min. Überlei- tung	Frontal- unterricht  TikTok- Video	<p>Die LK erklärt, dass unsere Fehlkäufe nicht nur auf unser eigenes Verhalten, sondern auch auf das der Verkäufer zurückzuführen ist, die verschiedene Kaufstrategien einsetzen.</p> <p>Die Klasse schaut sich ein kurzes <u>TikTok-Video von Finanztip</u> an, das einen typischen Verkäufertrick beschreibt. Die LK fragt, wer in der Klasse diesen Trick bereits kannte, und welche weiteren Tricks den SuS bereits bekannt sind. Diese werden als Liste an der Tafel gesammelt.</p>
20 Min. Erarbei- tung	Einzelarbeit  KK-1  KK-6	<p>Die LK teilt das Handbuch der Verkäufertricks (KK-1) an die SuS aus und notiert an der Tafel die Aufgabenstellung für die SuS: „Welche Tricks wenden Verkäufer noch an? Lest das Handbuch und notiert euch die fünf Tricks, die euch im Alltag bislang am häufigsten begegnet sind.“</p> <p>Die SuS lesen das Handbuch der Verkäufertricks aufmerksam durch und machen sich Notizen.</p> <p><b>Tipp:</b> Schnellen SuS können Sie als Mittel der Binnendifferenzierung das Material KK-6 mit an die Hand geben (Zuordnung der Tricks zu bestimmten Zitaten).</p>

Dauer, Phase	Sozialform, Material	Inhalt und Vorgehen
15 Min. Ergebnis- sicherung + Klassen- diskussion	Frontal- unterricht/ Plenum, Klassen- gespräch  KK-1  KK-2	Die Klasse geht gemeinsam alle Verkäufertricks durch und sammelt Beispiele, wo ihnen diese Verkäufertricks schon einmal begegnet sind. Gemeinsam erstellen die LK und die SuS mittels Abstimmung eine Liste der „Top 5 Verkäufertricks, auf die wir nicht mehr hereinfallen“.  <i><b>Tipp:</b> Erstellen Sie die Liste am besten digital am PC und via Beamer für die Klasse gut sichtbar. So können Sie im Nachgang noch Anpassungen vornehmen. Die fertige Liste können Sie im Klassenraum aushängen.</i>
10 Min. Erarbei- tung	Partner-/ Gruppenarbeit  KK-3  KK-c	Die SuS finden sich zur Partner- oder Gruppenarbeit zusammen und erhalten von der LK je Gruppe eines der Arbeitsblätter aus KK-3. An einem konkreten Beispiel identifizieren sie die genutzten Verkäufertricks und die Motivation des Verkäufers und beschreiben Handlungsmöglichkeiten.
10 Min. Ergebnis- sicherung	Schüler- präsentation  KK-3  KK-c	Die SuS präsentieren ihre Ergebnisse der Klasse. Die Klasse ergänzt ggf. Tricks, die ihnen zu den Beispielen noch auffallen.
<b>Baustein 2: Unser Konsumverhalten (25 Min.)</b>		
7 Min. Überlei- tung	Klassen- gespräch  KK-4  KK-c	Die LK präsentiert die zwei Seiten des Klugen Konsums (Folie KK-4). Die LK fragt die Klasse, was den zweiten Teil klugen Konsums ausmacht (Lösung: Eigene Kaufmotivation hinterfragen). Gemeinsam mit der Klasse sammelt die LK Fragen, mit denen die SuS ihr eigenes Kaufverhalten hinterfragen können.
8 Min. Erarbei- tung	Klassen- gespräch  KK-5  KK-c	Die Klasse sammelt Alternativen zu einem Neukauf und trägt diese auf der entsprechenden Folie (KK-5) zusammen.

Dauer, Phase	Sozialform, Material	Inhalt und Vorgehen
<p>10 Min.</p> <p>Vermittlung</p>	<p>Videopräsentation und Klassengespräch</p> <p><b>TikTok-Video</b></p>	<p>Die LK führt eine weitere Frage ins Feld (oder nimmt Bezug darauf, falls vorher schon von der Klasse geäußert): „Muss es immer Marke sein?“</p> <p>Die Klasse schaut ein kurzes <u>TikTok-Video von Finanztip</u>, in dem Beispiele für No-Name-Produkte genannt werden, die von Markenherstellern stammen.</p> <p>Die Klasse diskutiert über weitere Beispiele, die ihnen bereits beim Einkauf begegnet sind.</p> <p><b>Tipp:</b> Sie können an dieser Stelle auch eine Blindverkostung durchführen – etwa mit den im Video erwähnten Butterkeksen – und den SuS damit in einem eigenen Experiment verdeutlichen, dass wir uns von Markennamen oft täuschen lassen.</p>
<p>Anschlussaufgabe (optional)</p>		<p>Die LK gibt der Klasse folgende Aufgabenstellung:</p> <p>„Veranstaltet einen Kuchenbasar in unserer Schule. Definiert drei Verkäufertricks, die ihr beim Kuchenverkauf anwenden wollt. Aber: Klärt eure Mitschüler:innen und die Lehrkräfte über eure Tricks auf. Erstellt dafür ein eigenes kleines Handbuch eurer Verkäufertricks. Der Erlös aus eurem Kuchenverkauf kommt der Klassenkasse zugute.“</p> <p><b>Tipps:</b> Sie können auch mehrere Gruppen gegeneinander antreten lassen – das erleichtert den späteren Erfahrungsaustausch. Alternativ zum Kuchenbasar können Sie auch einen Flohmarkt veranstalten. Denkbar ist zudem, die Aufgabe anstelle der gesamten Klasse nur einzelnen SuS für einen Flohmarktverkauf mitzugeben.</p>

Dauer, Phase	Sozialform, Material	Inhalt und Vorgehen
-----------------	-------------------------	---------------------

### **Didaktische Reserve, Binnendifferenzierung und weitere Vertiefungsmöglichkeiten**

In folgendem Video von ZDF Besseresser geht es noch einmal ausführlicher um die Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Marken- und No-Name-Produkten: [Video von ZDF Besseresser](#) (Länge: 13:40) Dieses Video können Sie insbesondere als Alternative zum zweiten TikTok-Video nutzen.

Zur Binnendifferenzierung steht Ihnen das Material KK-6 zur Verfügung. Der Arbeitsauftrag an die SuS liegt hier in der Zuordnung von Käufertricks zu bestimmten Zitaten.

Als Anschlusssthema können Sie einzelnen SuS für ein Referat zum Thema Produktsuche und Preisvergleiche einteilen. Eine gute inhaltliche Grundlage dafür bietet der folgende Test von Finanztip: [Finanztip-Ratgeber zum Thema Preisvergleiche](#)

## Lösungen zur Einheit „Kluger Konsum“

### Ausfüllhinweise zum Klassenmaterial KK-3

1

**Wer ist hier der Verkäufer und welche Intention verfolgt er genau?**

Der Brillenhersteller Dicci ist hier der eigentliche Verkäufer. Der Influencer Fred nutzt aber ebenfalls Verkaufstaktiken.

**Welche Tricks verwendet der Verkäufer, um euch zu beeinflussen?**

Dicci verwendet den Social-Proof-Trick und setzt dabei auf das Vertrauen und die Reichweite, die Fred auf Social Media hat. Fred bzw. Dicci im Hintergrund arbeiten außerdem mit dem Zero-Price-Trick, indem sie ein kostenloses Etui anbieten.

**Wie verhaltet ihr euch?**

Wir machen uns bewusst, dass Fred für die Werbung bezahlt wird (u. a. zu erkennen am Hinweis #anzeige). Wir kaufen die Brille nur, wenn wir sie wirklich haben wollen – und nicht, weil Fred dafür wirbt oder es etwas kostenlos dazu gibt.



## Ausfüllhinweise zum Klassenmaterial KK-3 (Fortsetzung)

2

### Wer ist hier der Verkäufer und welche Intention verfolgt er genau?

Der Elektronikmarkt (NeptunElektronik) ist der Verkäufer. Er möchte seine Verkaufszahlen ankurbeln – und wahrscheinlich vor allem diejenigen Produkte verkaufen, die nicht mehr so stark nachgefragt werden.

### Welche Tricks verwendet der Verkäufer, um euch zu beeinflussen?

Der Verkäufer arbeitet mit einer Rabattaktion und nutzt dabei Framing, indem er die Ersparnis in den Vordergrund stellt. Außerdem arbeitet er mit dem Zero-Price-Trick, indem er eine kostenlose Finanzierung anbietet. Durch die Begrenzung der Aktion auf einen einzigen Tag stellt der Verkäufer zudem eine Verknappung her.

### Wie verhaltet ihr euch?

Wir lassen uns von Rabattaktionen nicht dazu verleiten, etwas zu kaufen, das wir eigentlich gar nicht wollen. Wenn wir etwas kaufen wollen, dann achten wir auf den Preis und nicht ausschließlich auf den Rabatt. Diesen Preis vergleichen wir mit den Preisen anderer Verkäufer.

## Ausfüllhinweise zum Klassenmaterial KK-3 (Fortsetzung)

3

### Wer ist hier der Verkäufer und welche Intention verfolgt er genau?

Das Modegeschäft ist hier der Verkäufer und möchte durch Rabattaktionen (ggf. Schlussverkauf) Ware verkaufen. Ein denkbarer Grund ist etwa ein Saisonwechsel. (Da es sich vor allem bei günstiger Kleidung nicht lohnt, diese einzulagern, wird sie häufig im Sale zu geringeren Preisen verkauft.)

### Welche Tricks verwendet der Verkäufer, um euch zu beeinflussen?

Der Verkäufer nutzt gebrochene Preise (nicht nur während der Aktion). Die Formulierung eines Rabattes ist bewusst positiv gewählt (= Framing). Zusätzlich gibt es beim Kauf von drei Artikeln einen geschenkt, was dem Zero-Price-Trick entspricht.

### Wie verhaltet ihr euch?

Wir lassen uns durch die Aktion nicht zu Spontankäufen verleiten – auch, wenn wir schon vor dem Geschäft stehen.

## Ausfüllhinweise zum Klassenmaterial KK-3 (Fortsetzung)

4

### Wer ist hier der Verkäufer und welche Intention verfolgt er genau?

Der Supermarkt ist der Verkäufer. Er versucht, uns bestimmte Markenprodukte zu verkaufen. Eine denkbare Erklärung dafür ist, dass er damit mehr Geld verdient (höhere Margen).

### Welche Tricks verwendet der Verkäufer, um euch zu beeinflussen?

Der Verkäufer nutzt einen Scheinvergleich (Anker), indem er eine teurere Schokolade neben die mittelpreisigen stellt, die dadurch günstiger wirken sollen. Eine farbliche Hervorhebung und die Platzierung auf Augenhöhe sollen unsere Aufmerksamkeit auf das Produkt lenken. Die günstigste Schokolade ist bewusst weit unten platziert („Bückware“).

### Wie verhaltet ihr euch?

Wir vergleichen die Preise genau – und zwar anhand der Grundpreise (= Preis pro bestimmter Menge), da diese am besten vergleichbar sind.



## Ausfüllhinweise zum Klassenmaterial KK-3 (Fortsetzung)

5

### Wer ist hier der Verkäufer und welche Intention verfolgt er genau?

Der Betreiber des Onlineshops ist der Verkäufer. Er versucht, uns zusätzlich zu dem T-Shirt, das wir uns ausgesucht haben, noch weitere Produkte zu verkaufen.

### Welche Tricks verwendet der Verkäufer, um euch zu beeinflussen?

Der Verkäufer nutzt gebrochene Preise und versucht mit dem Zero-Price-Trick (kostenloser Versand) uns zum Kauf weiterer Produkte zu bewegen. Mit der Geld-Zurück-Garantie senkt er die Risiken, mit der Limited Edition schafft er eine Art Verknappung.

### Wie verhaltet ihr euch?

Wir wägen die Kosten eines weiteren Produktes und die Kosten für den Versand gegeneinander ab. Wir kaufen nur, was wir auch wirklich kaufen wollen, und bleiben bei unserem Plan. Zur Not schlafen wir lieber noch eine Nacht drüber.

## Ausfüllhinweise zum Klassenmaterial KK-3 (Fortsetzung)

6

### Wer ist hier der Verkäufer und welche Intention verfolgt er genau?

Die Vergleichsseite ist hier der Verkäufer und versucht, uns zu einer schnellen Buchung zu bewegen.

(Auch die Hotelbetreiber spielen hier eine Verkäufer-Rolle, da sie ihre Hotels auf den Seiten inserieren.)

### Welche Tricks verwendet der Verkäufer, um euch zu beeinflussen?

Der Verkäufer nutzt die (künstliche) Verknappung, indem er eine begrenzte Anzahl an Zimmern und eine hohe Nachfrage kommuniziert. Mit Sternebewertungen setzt er außerdem auf den Effekt der sozialen Bewährtheit. Extra-Punkte zielen auf unseren Wunsch nach Vervollständigung ab.

### Wie verhaltet ihr euch?

Wir nehmen uns für die Entscheidung ausreichend Zeit und vergleichen die Hotels im Detail miteinander. Wir wählen das Hotel, das am besten zu unseren Ansprüchen passt. Positive Kundenbewertungen beziehen wir in unsere Entscheidung mit ein, hinterfragen dabei aber auch die Aussagekraft.

## Ausfüllhinweise zum Klassenmaterial KK-3 (Fortsetzung)

7

### Wer ist hier der Verkäufer und welche Intention verfolgt er genau?

Der Betreiber des Onlineshops ist der Verkäufer und versucht, uns zum Kauf eines bestimmten Smartphones und zusätzlich zum Abschluss einer Handyversicherung zu bewegen.

### Welche Tricks verwendet der Verkäufer, um euch zu beeinflussen?

Der Verkäufer nutzt den Social-Proof-Trick (Sternebewertung – allerdings unklares Zustandekommen), Cheering („Eine sehr gute Wahl!“) und den Ankertrick (UVP, Streichpreis). Durch Confirmshaming versucht der Verkäufer, uns eine Versicherung für das Smartphone zu verkaufen.

### Wie verhaltet ihr euch?

Wir hinterfragen den Nutzen einer Handyversicherung. Auch prüfen wir, wie die Sterne zustandekommen.

## Ausfüllhinweise zum Klassenmaterial KK-3 (Fortsetzung)

8

**Wer ist hier der Verkäufer und welche Intention verfolgt er genau?**

Der Streamingdienst ist der Verkäufer und versucht, uns zu einem langfristigen Abo zu bewegen.

**Welche Tricks verwendet der Verkäufer, um euch zu beeinflussen?**

Der Verkäufer nutzt neben gebrochenen Preisen auch den Zero-Price-Effekt (zwei kostenlose Monate), Framing (Formulierung der Ersparnis) und den Besitzumseffekt (kostenloser Testzeitraum).

**Wie verhaltet ihr euch?**

Wir überlegen genau, ob wir das Abo wirklich ein ganzes Jahr lang brauchen oder ein monatlich kündbares Abo für uns nicht doch günstiger ist (vielleicht denken wir auch noch einmal darüber nach, ob wir für Werbefreiheit bezahlen wollen). Wir können den Testzeitraum nutzen, sollten dann aber am besten direkt kündigen, falls wir kein Jahresabo möchten.

## Ausfüllhinweis zum Klassenmaterial KK-4

**Kluger  
Konsum**

**= Hinterfragen**



Verkäufermotivation hinterfragen

Was will der Verkäufer?  
Warum will er das?  
Wie versucht er, sein Ziel zu erreichen?



Eigene Motivation hinterfragen

Brauche ich das?  
Brauche ich es jetzt?  
Kann ich mir das leisten?  
Muss ich es unbedingt (neu) kaufen?  
(Muss es immer die Marke sein?)



## Ausfüllhinweis zum Klassenmaterial KK-5



## Lösung zum Klassenmaterial KK-6 (Binnendifferenzierung)

### Zitat

***Es ist viel wertvoller, stets den Respekt der Menschen als gelegentlich ihre Bewunderung zu haben.***

Jean-Jacques Rousseau (1712-1778), Genfer Schriftsteller und Philosoph

***Er besaß Besitz. Bis Besitz ihn besaß.***

Heinrich Wiesner (1925-2019), Schweizer Schriftsteller

***Das Schuldgefühl hindert uns daran, die Dinge klar zu sehen.***

Doris Lessing (1919-2013), britische Schriftstellerin

***Wir sollten uns unter Qualitätsdruck, nicht aber unter Zeitdruck setzen.***

Tyll Necker (1930-2001), deutscher Unternehmer

***Man muss beim Fortschritt immer fragen: Wo willst du hin?***

Manfred Rommel (1928-2013), deutscher Politiker

### Trick

6

12

7

9

10