

THEMENFELD: WIRTSCHAFT KONSUM



Unterrichtsmaterial für das Fach Mathematik
Gymnasium Klassen 9–12

INHALTSVERZEICHNIS

ZUM THEMA

Wirtschaft – Konsum
Weiterführende Informationen

DIDAKTISCH-METHODISCHE HINWEISE

Zum Einsatz der Materialien
Lehrplanbezug Mathematik

INHALT UNTERRICHTSEINHEIT

Fragestellungen
Die Aufgaben im Überblick
Benötigte Materialien

AUFGABEN

Aufgabe 1: Die Bedeutung des privaten Konsums in Deutschland
Aufgabe 2: Dafür geben Jugendliche ihr Geld aus
Aufgabe 3: Wofür geben wir unser Geld aus?
Aufgabe 4: Ausgabenstatistiken vergleichen
Aufgabe 5: Wie viel Geld habe ich zur Verfügung?

ARBEITSBLÄTTER

Impressum

Herausgeber:
METRO AG
Corporate Communications
Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf

Fachautorin:
Erika Herrenbrück, didaktis, Engelskirchen

ZUM THEMA

Konsum von früher bis heute

Nach Ende des Zweiten Weltkriegs erholte sich die von den Kriegshandlungen beeinträchtigte Volkswirtschaft in Deutschland. Seit Mitte der 1950er-Jahre wuchs die Wirtschaftsleistung und die Kaufkraft stieg, während die Lebenshaltungskosten stabil blieben. Die Menschen hatten so erstmals mehr Geld für Luxusgüter übrig: Möbel, Autos, Reisen und Elektrogeräte. Anfang der 1960er-Jahre öffneten die ersten Aldi-Märkte und boten zwar eingeschränkte Sortimente, doch Produkte von guter Qualität zu günstigen Preisen – das Discounterprinzip. Noch sah der Handel seine Kunden nicht als Individuen mit unterschiedlichen Bedürfnissen an. Das änderte sich in den folgenden Jahrzehnten, in denen ein breiteres Sortiment an Waren angeboten wurde, das spezifischer auf einzelne Kundengruppen abgestimmt war. Zwischen 1960 und 1990 stieg das durchschnittliche Realeinkommen der Deutschen etwa um das Dreieinhalbfache an – damit stand den Bundesbürgern mehr Geld zur Verfügung. In den 1980er-Jahren etablierten sich große Einkaufszentren nach US-amerikanischem Vorbild. Wer sie besuchte, empfand den Einkauf nicht mehr als mühsame Pflicht, sondern als Erlebnis. Zugleich wurden Markenprodukte als Statussymbol immer wichtiger, etwa bei Mode und Autos.

Die Bedeutung des privaten Konsums in Deutschland

Der private Konsum liefert einen stabilen Beitrag zur Binnenkonjunktur in Deutschland. 1,49 Billionen Euro¹ – so viel gaben die Deutschen nach Angaben des Statistischen Bundesamts 2014 für ihren privaten Konsum aus. Den größten Anteil daran haben mit 362 Milliarden Euro² die Ausgaben für Wohnung, Wasser, Strom und Energie. Für Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren wurden 226 Milliarden Euro³ ausgegeben, rund 73 Milliarden Euro⁴ entfielen auf Bekleidung und Schuhe.

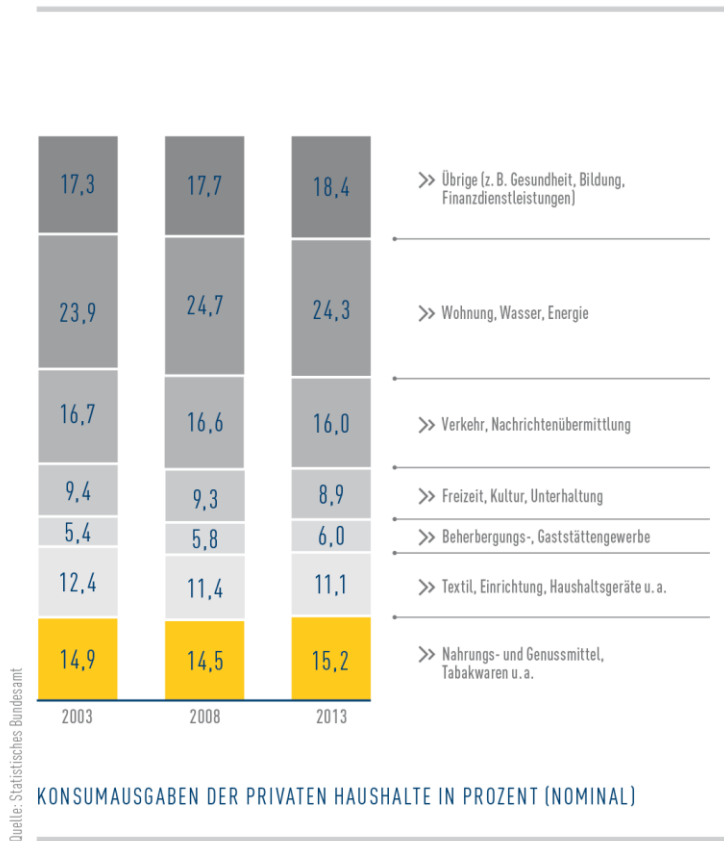
¹ S. Handelsverband Einzelhandel (HDE) 2014

² ebd.

³ ebd.

⁴ ebd.

VERTEILUNG DER KONSUMAUSGABEN DER PRIVATEN HAUSHALTE IN DEUTSCHLAND 2003 – 2013



Die Ausgaben für Wohnung, Wasser, Energie sowie Gesundheit, Bildung und Finanzdienstleistungen bilden die größten Ausgabenposten. Zusammen liegen sie deutlich über 40 Prozent der gesamten Konsumausgaben und gehen zu Lasten anderer Konsumbereiche.

© METRO AG 2014

Positiver Konsumtrend

Die Ausgaben für den privaten Konsum sind laut Statistischem Bundesamt zwischen 2011 und 2013 um 4,7 Prozent⁵ gestiegen. Zu dieser Entwicklung beigetragen haben vor allem eine positive Einkommensentwicklung und relative Preisstabilität. So können sich die Deutschen mit ihren heutigen Einkommen mehr Güter leisten. Und der Konsumtrend bleibt weiter positiv: Experten erwarten, dass der deutsche Arbeitsmarkt konstant stabil bleibt und so die Kaufkraft der Deutschen weiter steigt.

⁵ ebd.

Weiterführende Informationen

Überblick über die Geschichte des Konsums

http://www.planet-wissen.de/politik_geschichte/wirtschaft_und_finanzen/konsum/

Demographie und Konsumstruktur in Deutschland – eine Entwicklungsanalyse bis 2050

<http://www.iwh-halle.de/e/publik/wiwa/16-04-4.pdf>

Prognose zur Entwicklung der Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland bis 2017

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/167904/umfrage/prognose-zur-entwicklung-der-konsumausgaben-privater-haushalte-in-deutschland/>

Das Handelslexikon der Metro

<http://www.metro-handelslexikon.de/de/index.html>

Statistiken zu Konsumausgaben von Kindern und Jugendlichen nach Altersgruppen in 2010

http://www.t-online.de/eltern/familie/id_42690486/wofuer-geben-kinder-und-jugendliche-ihr-geld-aus.html

DIDAKTISCH-METHODISCHE HINWEISE

Zum Einsatz der Materialien

Die Materialien sind Vorschläge für den Unterricht. Die konkrete Verwendung liegt bei der Fachlehrkraft, da die jeweilige Lernsituation häufig eine Anpassung erfordert. Zu diesem Zweck ist es ausdrücklich erlaubt, das Download-Dokument (Word) zu überarbeiten.

Texthinweis: Zur Vereinfachung sind „Schülerinnen und Schüler“ mit SuS abgekürzt.

Lehrplanbezug und Lernziele

Über tausend Lehrpläne bestimmen den Unterricht in deutschen Schulen, differenziert nach Bundesländern, Schulformen, Bildungsstufen und Fächern. Die Mitwirkungsgruppen in den Schulen passen die Lehrpläne wiederum auf schulinterne Gegebenheiten an.

Diese Unterrichtseinheiten nehmen Bezug auf Lehrpläne beziehungsweise Kernlehrpläne für Gymnasien in NRW, die sich an den länderübergreifenden Bildungsstandards der Kultusministerkonferenz orientieren. Die Entscheidung fiel aufgrund der Aktualität und der neuen Form kompetenzorientierter Unterrichtsvorgaben. Lehrkräfte anderer Bundesländer werden gebeten, die gegebenenfalls erforderlichen Anpassungen selbst vorzunehmen.

Diese Unterrichtseinheit wendet sich an die gymnasialen Klassen 9 bis 12. Grundlage bildet der

Kernlehrplan für die Sekundarstufe II in NRW, Mathematik

(Schriftenreihe Schule in NRW, Heft 4720, 1. Auflage 2013).

Die Unterrichtseinheit fördert die Kompetenzen Problemlösen und Werkzeuge nutzen.

	<i>Die Schülerinnen und Schüler ...</i>
Problemlösen: Erkunden	<ul style="list-style-type: none"> ▪ recherchieren Informationen. ▪ erkennen und formulieren einfache und komplexe mathematische Probleme. ▪ finden und stellen Fragen zu einer gegebenen Problemsituation. ▪ analysieren und strukturieren die Problemsituation. ▪ wählen heuristische Hilfsmittel (zum Beispiel Skizze, informative Figur, Tabelle, experimentelle Verfahren) aus, um die Situation zu erfassen.
Werkzeuge nutzen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nutzen mathematische Hilfsmittel und digitale Werkzeuge zum Erkunden und Recherchieren, Berechnen und Darstellen.

INHALT UNTERRICHTSEINHEIT

Fragestellungen

- Wofür gibst du dein Taschengeld aus?
- Wofür gaben Konsumenten in Deutschland ihr Geld aus?
- Wofür geben Jugendliche ihr Taschengeld aus?
- Wofür geben wir unser Taschengeld aus?
- Wie hoch ist der Anteil Jugendlicher am privaten Konsum in Deutschland?
- Wie gehe ich mit meinem Taschengeld um?

Die Aufgaben im Überblick

Die Themenfrage lautet: Wofür gibst du dein Taschengeld aus?

In **Aufgabe 1** interpretieren die SuS ein Diagramm zum privaten Konsum in Deutschland 2012 und leiten daraus Fragestellungen für ihre Altersgruppe ab. Sodann vergleichen die SuS Daten zu den Ausgaben von Jugendlichen in den zwei Altersgruppen 14 bis 15 und 16 bis 17 Jahre (**Aufgabe 2**).

Die Themenfrage wird den SuS in **Aufgabe 3** gestellt. Um die Aussagen aus Aufgabe 2 mit dem persönlichen Konsum zu vergleichen, planen die SuS eine Datenerhebung in ihrer und der Parallelklasse, führen sie durch und werten sie aus, jeweils sowohl insgesamt als auch differenziert nach Jungen und Mädchen. In **Aufgabe 4** werden die drei erarbeiteten Statistiken verglichen.

Für **Aufgabe 5** berechnen die SuS das Geld, worüber sie im Jahr verfügen.

Zum Abschluss reflektieren die SuS im Klassengespräch den persönlichen Umgang mit dem Taschengeld und ihre Situation, ohne oder mit geringem eigenen Einkommen von den Zuwendungen anderer abhängig zu sein.



Benötigte Materialien:

- ARBEITSBLÄTTER 1 bis 4
- Computer zum Erstellen von Tabellenkalkulationen

AUFGABEN

Aufgabe 1: Die Bedeutung des privaten Konsums in Deutschland **Material 1**

a) Interpretiere das Diagramm.

Die Bedeutung des privaten Konsums in Deutschland

Der private Konsum liefert einen stabilen Beitrag zur Binnenkonjunktur in Deutschland. Die Ausgaben für den privaten Konsum sind laut Statistischem Bundesamt zwischen 2011 und 2013 um 4,7 Prozent⁶ gestiegen. Zu dieser Entwicklung beigetragen haben vor allem eine positive Einkommensentwicklung und relative Preisstabilität. So können sich die Deutschen mit ihren heutigen Einkommen mehr Güter leisten. Und der Konsumtrend bleibt weiter positiv: Experten erwarten, dass der deutsche Arbeitsmarkt konstant stabil bleibt und so die Kauflaune der Deutschen weiter steigt.

Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland nach Verwendungszwecken

Verwendungszwecke	2011	2012	2013
in jeweiligen Preisen – Mrd. EUR			
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	208,71	217,07	225,99
Bekleidung und Schuhe	69,10	71,16	73,40
Wohnung, Wasser, Strom, Gas und andere Brennstoffe	343,26	351,67	362,03
Einrichtungsgegenstände, Geräte für den Haushalt	88,95	91,12	91,95
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	234,96	237,40	238,35
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	127,78	130,34	133,02
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	82,63	85,83	88,74
Übrige Verwendungszwecke	265,18	267,37	274,66
Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland	1.420,57	1.451,96	1.488,14

Quelle: Statistisches Bundesamt

b) Entscheide, welche Kategorien relevant für eure Altersgruppe sind, und leite daraus die Fragestellungen für eure Altersgruppe ab.

⁶ S. Handelsverband Einzelhandel (HDE) 2014.

Leistungserwartung zu Aufgabe 1: Wofür gaben Konsumenten in Deutschland ihr Geld aus?

a) Zur Grafik: Die Gesamtausgaben des privaten Konsums betragen in 2013 1,49 Billionen Euro. Den größten Anteil daran haben mit 362 Milliarden Euro die Ausgaben für Wohnung, Wasser, Strom und Energie. Für Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren wurden 226 Milliarden Euro ausgegeben und 133 Milliarden Euro für Freizeit, Kultur, Unterhaltung. Rund 73 Milliarden Euro entfielen auf Bekleidung und Schuhe.

b) Für unsere Altersgruppe relevante Kategorien: Nahrungsmittel, Getränke / Freizeit, Kultur, Unterhaltung / Bekleidung, Schuhe.

Mögliche Fragen: Wofür geben Jugendliche in unserem Alter ihr Geld aus? Wofür geben wir unser Geld aus? Wie viel geben wir für die oben genannten Kategorien aus?

Aufgabe 2: Dafür geben Jugendliche ihr Geld aus.

Material 2

Bestimme die entsprechenden Prozentanteile und vergleiche diese.

Ausgaben von Jugendlichen zwischen 14 und 15 Jahren im Jahr 2010⁷

Bereich	in Mio.
Bekleidung, Mode, Schmuck	435
Handygebühren	205
Imbissbuden oder McDonald's, Burger King, Subway etc.	160
Zeitschriften, Bücher, Comics	135
Weggehen, Essengehen, zum Beispiel Disco, Kneipe	129
Eintrittskarten, zum Beispiel für Kino, Konzerte, Sportveranstaltungen	126
Süßigkeiten, Eis	117
Getränke	117
Musik-CDs, -kassetten, Hörspiel-CDs, -kassetten	101
Körperpflege, Haarpflege, Kosmetik, Friseur, Solarium	91

Ausgaben von Jugendlichen zwischen 16 und 17 Jahren im Jahr 2010

Bereich	in Mio.
Bekleidung, Mode, Schmuck	1.024
Weggehen, Essengehen, zum Beispiel Disco, Kneipe	716
Handygebühren	479
Eintrittskarten, zum Beispiel für Kino, Konzerte, Sportveranstaltungen	284
Körperpflege, Haarpflege, Kosmetik, Friseur, Solarium	274
Getränke	264
Imbissbuden oder McDonald's, Burger King, Subway etc.	240

⁷ Quelle der Tabellen nach rev; Iconkids & Youth, t-online.de (2010); abrufbar unter: http://www.t-online.de/eltern/familie/id_42690486/wofuer-geben-kinder-und-jugendliche-ihr-geld-aus.html

Computer (Software), Videogames, Internet	178
Zeitschriften, Bücher, Comics	129
Süßigkeiten, Eis	122

Leistungserwartung zu Aufgabe 2:

Bereich	14–15 Jahre		16–17 Jahre	
	in Mio.	%	in Mio.	%
Bekleidung, Mode, Schmuck	435	26,9	1.024	27,6
Handygebühren	205	12,7	479	12,9
Eintrittskarten, zum Beispiel für Kino, Konzerte, Sportveranstaltungen	126	7,8	284	7,7
Getränke	117	7,2	264	7,1
Imbissbuden oder McDonald's, Burger King, Subway etc.	160	9,9	240	6,5
Körperpflege, Haarpflege, Kosmetik, Friseur, Solarium	91	5,6	274	7,4
Musik-CDs, -kassetten, Hörspiel-CDs, -kassetten	101	6,3		
Computer (Software), Videogames, Internet			178	4,8
Süßigkeiten, Eis	117	7,2	122	3,3
Weggehen, Essengehen, zum Beispiel Disco, Kneipe	129	8,0	716	19,3
Zeitschriften, Bücher, Comics	135	8,4	129	3,5
SUMME	1.616	100	3.170	100

Ähnlichkeiten

Prozentual annähernd konstante Werte finden sich bei Bekleidung, Eintrittskarten, Getränken, Handygebühren. Die absoluten Ausgaben für Süßigkeiten und Zeitschriften sind konstant geblieben.

Unterschiede:

Die Summen der Ausgaben bei den 16- bis 17-Jährigen umfassen knapp das Doppelte der anderen Altersgruppe.

Der Konsum an Musik-CDs wurde bei den Älteren von Computern et cetera abgelöst.

Absolut und prozentual gestiegen sind bei den Älteren die Ausgaben für Körperpflege und Weggehen. Absolut ist der Anteil an Imbissbuden bei den Älteren größer, prozentual aber gesunken.

Aufgabe 3: Wofür geben wir unser Geld aus?

Gruppenarbeit

Um die Aussagen aus Aufgabe 2 mit eurem persönlichen Konsum zu vergleichen, soll eine Datenerhebung in eurer und der Parallelklasse stattfinden.

Die Ergebnisse sollen sowohl insgesamt als auch differenziert nach Jungen und Mädchen ausgewertet werden.

Folgende Tipps dienen als Hilfe bei der Planung und Durchführung der Befragung:

Fragebogen

Entwickelt einen Fragebogen, sodass die Daten miteinander verglichen werden können.

Erstellt den Fragebogen am PC (zum Beispiel mit Word oder GrafStat) und druckt ihn aus.

Macht gegebenenfalls in der Klasse einen Probedurchlauf und stellt fest, ob die gefragten Daten leicht zu geben sind und ob das Vorgehen bei der Auswertung eindeutig ist.

Zeitmanagement

Macht einen Plan, wer wo und wann die Befragung durchführt und bis wann sie fertig sein soll.

Legt fest, wer die Fragebögen auswertet.

Auswertung

Tragt Tabellen für die Auswertung in eine Excel-Tabelle ein.

Tragt die ausgefüllten Fragebögen in die Tabelle ein und wertet sie aus.

Stellt die Auswertung in einem Diagramm dar.

Präsentation

Präsentiert euer Ergebnis auf einem Plakat, einer Folie oder in einer PowerPoint-Präsentation.

Leistungserwartung zu Aufgabe 3:

Fragebogen für die Befragung

Die Bereiche sind dem Alter der Klasse entsprechend gewählt und alphabetisch geordnet.

Die Befragten werden über die Hintergründe der Befragung informiert.

Die Beträge werden für ein Jahr angegeben. (Eventuell kann die Zielgruppe auf Monatsbeträge befragt werden, wenn dadurch die Antworten leichter zu geben sind. Diese werden bei der Auswertung in Jahresbeträge umgerechnet.)

Bis auf die Angaben des Geschlechts ist der Fragebogen anonym.

Kreuze an <input type="checkbox"/> männlich / <input type="checkbox"/> weiblich Wie viel Geld gibst du durchschnittlich im Monat für die folgenden Bereiche aus?	in €
Bekleidung, Mode, Schmuck	
Computer (Software), Videogames, Internet	

Eintrittskarten, zum Beispiel für Kino, Konzerte, Sportveranstaltungen	
Getränke	
Handygebühren	
Imbissbuden oder McDonald's, Burger King, Subway etc.	
Körperpflege, Haarpflege, Kosmetik, Friseur, Solarium	
Süßigkeiten, Eis	
Weggehen, Essengehen, zum Beispiel Disco, Kneipe	
Zeitschriften, Bücher, Comics	
Sonstiges	

Auswertung der Befragung

Die Anzahl der Befragten ist nach m und w erfasst.

Die von den Befragten genannten Beträge sind in ihren Zellen addiert. Eine Division durch die Anzahl der Befragten pro Gruppe kann den durchschnittlichen Pro-Kopf-Betrag ausweisen.

Zwingend erforderlich sind die Prozentanteile zum Vergleich mit Material 2.

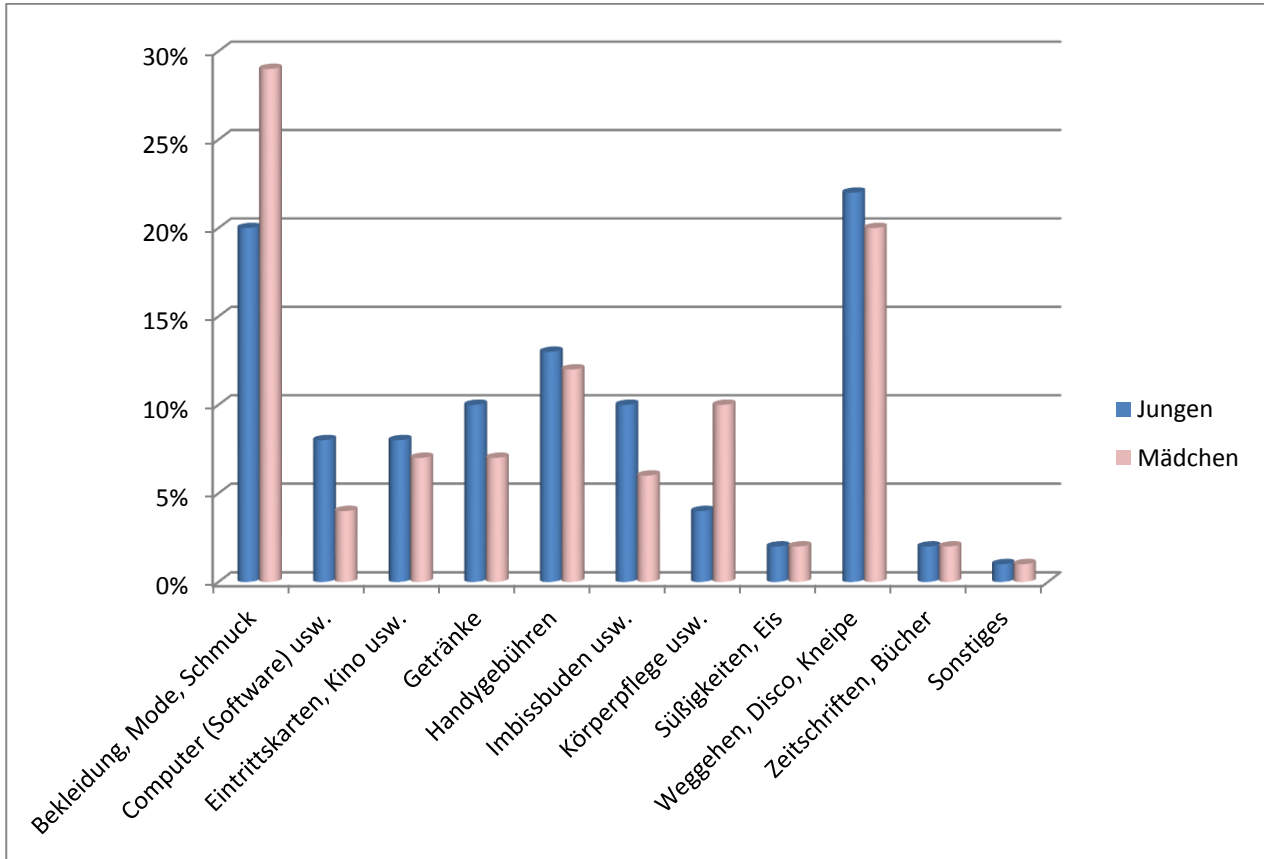
Im Diagramm werden die Werte männlich und weiblich differenziert erstellt.

Hier angenommene Werte: Die Jugendlichen verfügen im Durchschnitt monatlich über 40 Euro beziehungsweise 480 Euro im Jahr.
Anzahl der Befragten: 54, davon 25 Jungen (m) und 29 Mädchen (w)

	Summe 25 m	pro Kopf m	% m	Summe 29 w	pro Kopf w	% w	Summe 54 m + w	pro Kopf m + w	% m + w
<i>Bekleidung, Mode, Schmuck</i>	2.400,00 €	96,00 €	20 %	4.036,80 €	139,20 €	29 %	6.436,80 €	119,20 €	24,8 %
<i>Computer (Software), Videogames, Internet</i>	960,00 €	38,40 €	8 %	556,80 €	19,20 €	4 %	1.516,80 €	28,09 €	5,9 %
<i>Eintrittskarten, zum Beispiel für Kino, Konzerte, Sport, ...</i>	960,00 €	38,40 €	8 %	974,40 €	33,60 €	7 %	1.934,40 €	35,82 €	7,5 %
<i>Getränke</i>	1.200,00 €	48,00 €	10 %	974,40 €	33,60 €	7 %	2.174,40 €	40,27 €	8,4 %
<i>Handygebühren</i>	1.560,00 €	62,40 €	13 %	1.670,40 €	57,60 €	12 %	3.230,40 €	59,82 €	12,5 %
<i>Imbissbuden oder McDonald's usw.</i>	1.200,00 €	48,00 €	10 %	835,20 €	28,80 €	6 %	2.035,20 €	37,69 €	7,9 %
<i>Körper- und Haarpflege, Kosmetik, Friseur usw.</i>	480,00 €	19,20 €	4 %	1.392,00 €	48,00 €	10 %	1.872,00 €	34,67 €	7,2 %
<i>Süßigkeiten, Eis</i>	240,00 €	9,60 €	2 %	278,40 €	9,60 €	2 %	518,40 €	9,60 €	2,0 %
<i>Weggehen, Essengehen, zum Beispiel Disco, Kneipe</i>	2.640,00 €	105,60 €	22 %	2.784,00 €	96,00 €	20 %	5.424,00 €	100,44 €	20,9 %
<i>Zeitschriften, Bücher, Comics</i>	240,00 €	9,60 €	2 %	278,40 €	9,60 €	2 %	518,40 €	9,60 €	2,0 %
<i>Sonstiges</i>	120,00 €	4,80 €	1 %	139,20 €	4,80 €	1 %	259,20 €	4,80 €	1,0 %
SUMME	12.000,00 €	480,00 €	100 %	13.920,00 €	480,00 €	100 %	25.920,00 €	480,00 €	100 %

Diagramm zur Auswertung der Befragung

Ergebnisse Jungen und Mädchen mit Prozentanteilen



Aufgabe 4: Ausgabenstatistiken vergleichen

Vergleiche die drei erarbeiteten Statistiken und erläutere Unterschiede:

- Material 1 „Privater Konsum 2012“
- Material 2 „Ausgaben von Jugendlichen zwischen 14 und 15 Jahren/16 und 17 Jahren 2010“
- Ergebnisse Aufgabe 3 „Wofür geben wir unser Geld aus?“ – heute

Leistungserwartung zu Aufgabe 4:

Vergleich der Prozentanteile Material 2 der 16- bis 17-Jährigen mit unserer Datenerhebung heute

	2010	heute (m + w gesamt)
Bekleidung, Mode, Schmuck	27,6 %	24,8 %
Computer (Software), Videogames, Internet	4,8 %	5,9 %

Eintrittskarten, zum Beispiel für Kino, Konzerte, Sportveranstaltungen	7,7 %	7,5 %
Getränke	7,1 %	8,4 %
Handygebühren	12,9 %	12,5 %
Imbissbuden oder McDonald's, Burger King, Subway etc.	6,5 %	7,9 %
Körperpflege, Haarpflege, Kosmetik, Friseur, Solarium	7,4 %	7,2 %
Süßigkeiten, Eis	3,3 %	2,0 %
Weggehen, Essengehen, zum Beispiel Disco, Kneipe	19,3 %	20,9 %
Zeitschriften, Bücher, Comics	3,5 %	2,0 %
Sonstiges		1,0 %

Es unterscheiden sich die Ausgaben in der Bekleidung et cetera. Hier geben wir deutlich weniger aus als die Jugendlichen in Material 2. Auch können wir uns beim Konsum von Süßigkeiten et cetera besser beherrschen, bezahlen aber dafür mehr für Getränke und in Imbissbuden. Computer und Weggehen sind uns mehr wert als den Jugendlichen von Material 2.

An Material 2 ist bemerkenswert, dass die Ausgaben der Jugendlichen (4,786 Milliarden) fast fünf Milliarden Euro betragen. Auch der Betrag, der die Summe unserer Datenerhebung ergibt, ist mit rund 26.000 Euro eindrucksvoll.

Material 1 und 2 unterscheiden sich dadurch, dass die Kategorien nur zum Teil vergleichbar sind. Ein Vergleich der Prozentanteile entfällt somit. Hier werden nur absolute Zahlen gegenübergestellt. Folgende Kategorien sind in Beziehung zu setzen: (Angaben in Milliarden Euro)

Material 1: Privater Konsum		Material 2: zusammengefasst Ausgaben Jugendlicher 14–17 Jahre		Summe
Nahrungsmittel, Getränke	214,66 Mrd.	Getränke plus Imbissbuden oder McDonald's, Burger King, Subway etc.	0,381 Mrd. 0,4 Mrd.	0,781 Mrd.
Freizeit, Kultur, Unterhaltung	128 Mrd.	Musik-CDs, -kassetten, Hörspiel-CDs, - kassetten plus Computer (Software), Videogames, Internet plus Eintrittskarten, zum Beispiel für Kino, Konzerte, Sportveranstaltungen	0,101 Mrd. 0,178 Mrd. 0,41 Mrd.	0,689 Mrd.
Bekleidung und Schuhe	70 Mrd.	Bekleidung, Mode, Schmuck	1,459 Mrd.	1,459 Mrd.
SUMMEN	412,66 Mrd.			2.929 Mrd.

Die Jugendlichen geben die Summe von knapp drei Milliarden Euro in diesen Kategorien aus.

Aufgabe 5: Wie viel Geld habe ich zur Verfügung?

Einzelarbeit

Diese Aufstellung ist nur für dich:

Mein fester Betrag im Monat
Mein Verdienst von Jobs
SUMME im Monat
Das macht im Jahr
Dazu kommen ab und zu	
Geschenke von Verwandten
und noch das:
SUMME im Jahr

Leistungserwartung zu Aufgabe 5:

Keine Leistungserwartung, da die Aufgabe der persönlichen Übersicht dient.

Die Auswertung findet im Klassengespräch statt.

Die SuS reflektieren den persönlichen Umgang mit Geld:

- Welche Konsumwünsche haben die SuS?
- Reicht das Taschengeld dafür aus?
- Ist Sparen ein Thema?
- Oder machen sie Schulden?
- Wie erleben sie die Situation, dass sie mehr Konsumwünsche haben, als sie sich leisten können?
- Wie ist es für sie, dass sie von den Zuwendungen anderer abhängig sind, wenn sie sich Wünsche erfüllen möchten?