

# Verbraucherbildung Finanzen

Materialsammlung von  
Alexander Koops

# 1.1



## Themenreihe **SHOPPEN**

Homo consumens:

Konzepte – Begriffe – Grundmodelle unseres  
Konsumverhaltens





Dieses Themenheft stammt aus dem **FiXX**-Projekt (**F**inanzbildung **i**m **XXL**-Format). Sein grundsätzliches Ziel ist der Erwerb einer finanziellen Urteils- und Handlungskompetenz, d.h.: Das Lernangebot will Schülern Kompetenzen vermitteln, die sie in finanziellen Fragen allgemein zu einem aufgeklärten und kritischen Verbraucher machen und sie im Besonderen befähigen, ihr eigenes Leben unter finanzökonomischen Aspekten zu verwalten und zu gestalten.

Das vorliegende Heft bildet den Einstieg in das Themenfeld „Konsumtheorie“. Es

- vermittelt Wissen zu den damit in finanziellen Fragen verbundenen Handlungsfeldern (wie z.B. „Welche Faktoren prägen unser Kaufverhalten?“),
- macht mit wichtigen Begriffen (z.B. Bedürfnispyramide nach Maslow, Geschäftsfähigkeit etc.) bekannt
- stellt Bezüge zu relevantem Kontextwissen (z.B. Vertragstheorie) her und
- fordert die Lernenden im Hinblick auf die eigene Bedürfnislage dazu auf, individuell ein Urteil über Sinn und Zweck bestimmter Aspekte des Konsumierens zu fällen (z.B. „Sollte Werbung alles dürfen?“)

Der angestoßene Lern- und Übungsprozess soll dazu beitragen, wichtige finanzielle Entscheidungen, die in diesem Rahmen eine Rolle spielen, bewusst und reflektiert zu treffen bzw. folgenschwere Fehlentscheidungen zu vermeiden.

Im Zentrum des Moduls steht dabei das anwendungsorientierte Lernen und Üben. Das heißt, das neben der Erarbeitung klassischer Sachtexte auch intensiv neue Lerninstrumente wie die Internetrecherche, die Videoanalyse oder digitale Werkzeuge wie lerngegenstandsbezogene Umfrage- und Quiz-/Spieltools zum Einsatz kommen.



# MODUL 1.1: HOMO CONSUMENS

## Konzepte – Begriffe – Grundmodelle unseres Konsumverhaltens

### Inhaltsverzeichnis

- 1. Konsumieren: Physiologie und Psychologie des Kaufens**
    - Arten unserer Bedürfnisse
    - Variablen des Kaufverhaltens
    - Variablen für die Kaufentscheidung
    - Einflussfaktoren auf das Kaufverhalten
    - Merkmale des Konsumentenverhaltens in verschiedenen Lebensphasen
    - Psychologische und soziologische Erklärungsansätze
- 

- 2. Marketing**
    - Meine Konsumgewohnheiten
    - Konsumfallen und wie man sie bewusst vermeidet
    - Aufbau eines Supermarkt-Ladens
    - Verkaufstricks
    - Schnäppchen-Terror
    - Hochglanzwerbung
- 

- 3. Werbung**
    - Strategien und Techniken
    - Marken
    - Global Player
- 

- 4. Vertragstheorie**
  - Geschäfts- und Handlungsfähigkeit
  - Rund um den Kaufvertrag
  - Lieferverzug
  - Gewährleistungsansprüche
  - AGBs und Kleingedrucktes

Für andere mit dem Thema verbundene Problemstellungen siehe auch die anderen Hefte der Reihe „Shoppen“.