

DIE MACHT DER KONSUMENTINNEN

Die SchülerInnen verstehen ihre Macht als KonsumentInnen und können die Macht hinter den Kaufentscheidungen der einzelnen Personen diskutieren

Das brauchen Sie:

- Milkschokolade
- Dunkle Schokolade
- Weiße Schokolade
- Einen Token für jede Person

Aufgabe:

- Teilen Sie die Schokolade in kleine Stücke und lassen Sie jeden etwas davon kosten
- Die SchülerInnen zeigen dann mit ihrem Token, welche ihr Favorit ist, indem sie ihn auf eines der Kästchen legen. Wofür würden die SchülerInnen ihr Geld ausgeben?
- Welches Kästchen hat am meisten, stellen sie ein Balkendiagramm auf

Sagen Sie der Klasse, dass sie gemeinsam ein virtuelles Geschäft eröffnen und Schokolade verkaufen werden. Sie müssen 200 Tafeln kaufen, um das Geschäft zu füllen, aber Sie wissen nicht, welche Tafelsorten sich am besten verkaufen

- Wie viel Milch-, dunkle- und weiße Schokolade sollte das Geschäft besitzen? Die SchülerInnen können die Daten aus der Umfrage nehmen und in Statistiken eintragen (es eignet sich Tortendiagramm oder Balkendiagramm)

Für eine bessere Übersicht können auch weitere Klassen befragt werden

- Wie verändern sich die Daten von den ursprünglichen Ergebnissen? Würde dies die Bestände im Geschäft verändern?
- Wie hat die Macht der VerbraucherInnen das Lager des virtuellen Ladens beeinflusst?
- Wie könnte die Macht der VerbraucherInnen genutzt werden, um bessere Bedingungen für die ArbeiterInnen und ProduzentInnen zu erreichen?



WEIßE SCHOKOLADE

MILKSCHOKOLADE



DUNKLE SCHOKOLADE