

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Deutsch, Kunst und Gestaltung, Geschichte und Politische Bildung, Geografie und wirtschaftliche Bildung

Unterrichtsphase

- Erarbeitung

Komplexitätsgrad

- Mittel

Anliegen

- Kennenlernen von Strategien eines Shopping-Centers „Shopper als Erlebnis“

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Die Schüler:innen können eigenständig die vorgegebenen Fragestellungen zum Thema Shopping-Center beantworten.
- Den Einfluss von Werbung und den Einfluss von Shopping-Center auf das eigene Konsumverhalten erkennen und persönliche Handlungskonsequenzen ableiten können.

Dauer

- 45 bis 90 Min.

Unterrichtsmittel

- Material *Phantasiereise* [1]
- Material *Fragestellungen* [1]
- Material *Fragestellungen – Auflösung* [1]
- Material *Shopping-Center – Elemente* [1–5]
- Material *Shopping-Center – Thesen* [1]

Vorbereitung

- Das Material *Phantasiereise* [1] bei Bedarf ausdrucken.

- Das Material *Fragestellungen* [1] ausdrucken und schneiden.
- Die Bilder aus dem Material *Shopping-Center – Elemente* [2–5] bei Bedarf ausdrucken und schneiden.
- Shoppingcenter Grundriss (vgl. Material *Shopping-Center – Elemente* [1 von 5]) für Tafel oder Tische vorbereiten, ev. kann das pdf für eine digitale Präsentation (Smartboard) verwendet werden.

Ablauf**1. Teil: Shopping-Center nachstellen:**

- Die Lehrkraft fragt als Einstieg kurz den persönlichen Zugang und die Erfahrungen zum Thema Shopping-Center bei den Schüler:innen ab:
 - ⇒ Wer geht gerne in ein Shoppingcenter, wer nicht? Welche Center kennt ihr/besucht ihr? Gibt es welche in der Nähe? Wenn ja, welche?
- Im Anschluss „wandern“ die Schüler:innen mittels einer Phantasiereise durch ein neues Center. Die Phantasiereise wird den Schüler:innen vorgelesen. Wichtig ist eine entsprechende „Zuhör-Atmosphäre“ (ev. auch einen anderen Raum dafür nutzen).
- In Kleingruppen werden im Anschluss Fragestellungen zum Thema überlegt und die Ergebnisse auf Kärtchen notiert/gezeichnet:
 - ⇒ Gruppe 1: Welche Shops kamen in der Geschichte vor? z.B. Bekleidungsgeschäft
 - ⇒ Gruppe 2: Welche zusätzliche Einrichtung gab es im Center der Geschichte? z.B. Couches
 - ⇒ Gruppe 3: Welche zusätzliche Einrichtung gab es außerhalb des Centers? z.B. Parkplätze
 - ⇒ Gruppe 4: Was kam in der Geschichte nicht vor bzw. hat euch im Center gefehlt? Was würdet ihr ergänzen bzw. auch noch gerne vorfinden?

⇒ Gruppe 5: In welches Center geht ihr gerne (Zielgruppe Jugendliche zwischen 13 und 16 Jahren) und warum - was gibt es dort? Warum geht ihr gerne dorthin? Beschreibt dies genau.

⇒ Für alle: Mit welchen Strategien werden besonders junge Leute ins Shopping-Center gelockt? Wie fühlt man sich nach einem Shopping-Tag? Was wären Alternativen?

- An der Tafel wird nach der Gruppenphase das Center gemeinsam „nachgebaut“.
- Die Gruppen präsentieren ihre Lösungen und der Center-Grundriss wird mit Kärtchen befüllt. Dies kann durch die Lehrkraft oder durch die Schüler:innen erfolgen. Ebenfalls kann bei den Kärtchen variiert bzw. ausgewählt werden (Kärtchen der Schüler:innen und/oder Kärtchen aus dem Material *Shopping-Center – Elemente* [2–5])
- Die Visualisierung des Centers an der Tafel könnte z.B. so aussehen:



Bild: SCHULDNERHILFE ÖÖ

- Variante für Kleingruppe: das Center auf Tischen 3D darstellen - die Schüler:innen schreiben keine Kärtchen, sondern dürfen ihre Lösungen „bauen“ (z.B. aus alten Zeitschriften, Schachteln, Woll- und Stoffresten usw).

2. Teil: Strategien der Shopping-Center:

- Die Schüler:innen finden sich nochmals in den Kleingruppen zusammen und überlegen nach Gründen, warum Menschen gerne in Shopping-Center kommen und mit welchen Strategien dort versucht wird, die Kund:innen zum Geld ausgeben „zu verführen“.
- Die Gruppen notieren ihre Thesen auf Kärtchen.
- Die Lehrkraft bereitet währenddessen an der Tafel eine Tabelle vor (vgl. Material *Shopping-Center – Thesen*).
- Abschließend werden die Merksätze/Thesen zugeordnet. Für wen ist dies ein Vorteil/für wen ein Nachteil? Die Tabelle an der Tafel gibt den Schüler:innen eine Übersicht.
- Letzlich soll noch gemeinsam ein Resümee gezogen werden: Wie fühlt man sich nach so einem Tag im Shoppingcenter? Was wären Alternativen?

Ideen zur Weiterarbeit

- Shoppingcenter besuchen und anhand eines Protokolles Interessantes/Auffallendes/Besprochenes mitnotieren.
- Kooperation z.B. mit kreativen Fächern/ Kunst und Gestaltung – Shopping-Center gemeinsam „bauen“ – erstellen, z.B. Pappmache, Verpackungsmüll usw., dabei auf „Tricks“ aufmerksam machen.
- Interviews mit Gleichaltrigen oder mit verschiedenen Altersgruppen (z.B. was halten andere Personen von Shopping-Centern?)

Anmerkungen