



**SCHOOL-SCOUT.DE**

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

**Auszug aus:**

*Auf dem Weg zum gläsernen Verbraucher?*

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](http://School-Scout.de)



## *Fachliche Hinweise*

### *Das Internet verändert unser Konsumverhalten*

Fast jeder hat schon einmal ein Buch online gekauft. Genauso sieht es mit elektronischen Geräten aus. Immer weniger Menschen erstehen den Fernseher im Laden. Und für das neue Handy extra in die Stadt fahren? Nein danke. Selbst Kleidung bestellen immer mehr Deutsche über das Internet. Während dem stationären Handel die Puste ausgeht, hat der E-Commerce allein zwischen 2013 und 2014 eine Umsatzsteigerung von 2,4 Milliarden Euro auf 37,1 Milliarden Euro hingelegt (Quelle: Handelsverband Deutschland). 2015 kam es zu einer erneuten Umsatzsteigerung von 4,6 Milliarden Euro auf 41,7 Milliarden Euro! Und ein Ende der boomenden Umsätze ist derzeit nicht in Sicht.

### *Online-Shopping hat Vor- und Nachteile für die Konsumenten*

Für Konsumenten bringt das Online-Shopping viele Vorteile mit sich: Sie können rund um die Uhr bequem von zu Hause aus einkaufen – ohne Rücksicht auf Öffnungszeiten, ohne lange Anfahrtswege oder lästiges Schlangestehen an der Kasse. Das Internet bietet eine riesige Auswahl an Waren, deren Preise sich sehr leicht vergleichen lassen. Zudem gibt es immer mehr Bewertungsportale, die es Konsumenten ermöglichen, auf Erfahrungen und Empfehlungen anderer Kunden zurückzugreifen. Doch hier lauern Fallen: Branchenkenner gehen davon aus, dass 20 bis 30 Prozent dieser Bewertungen gefälscht sind. Es gibt zahlreiche Agenturen, die im Auftrag von Unternehmen positive Produktbewertungen im Internet platzieren – oder sogar Negativbewertungen über Produkte der Konkurrenz verfassen. Zudem ist Cyberkriminalität ein zunehmendes Problem: Im Jahr 2013 wurden immerhin 9 Prozent der Nutzer bei einem Online-Einkauf betrogen (Quelle: BITKOM). 10 Prozent der Befragten erlitten durch Datendiebstahl einen finanziellen Schaden.

### *Die Schattenseiten des Online-Shoppings*

Online-Shopping bringt zudem soziale, ökonomische und ökologische Probleme mit sich. Die Arbeitsbedingungen bei großen Online-Händlern wie Amazon und auch bei Logistikunternehmen wie DHL sind teilweise katastrophal: Der Zeit- und Leistungsdruck, unter dem die Mitarbeiter stehen, ist extrem hoch, die Arbeitszeiten sind lang, die Entlohnung wiederum ist niedrig. Zudem schadet der Online-Handel der Umwelt. Denn Tag für Tag, das hat das Wirtschaftsmagazin „Plusminus“ ausgerechnet, gehen 800 000 Pakete an die Anbieter zurück. Das macht 400 Tonnen CO<sub>2</sub> – täglich! Nicht zuletzt leidet auch der stationäre Einzelhandel unter dem Online-Boom. Laut Experten ist die Besucherzahl in kleinen und mittleren deutschen Städten in den letzten Jahren um rund 20 Prozent zurückgegangen. Bis zu 25 Prozent der Läden stehen dort leer. Es wird bereits eine Verödung der Innenstädte befürchtet.

### *Big-Data-Technologien – eine Gefahr für die Privatsphäre des Einzelnen?*

Mit jeder Internetaktivität hinterlassen wir digitale Spuren im Netz. Wenn Unternehmen unsere Daten sammeln und personenbezogen auswerten, können sie sehr viel über uns erfahren – beispielsweise über unsere Vorlieben, unser Freizeitverhalten, unseren Umgang mit Geld oder unseren Gesundheitszustand. Der US-amerikanischen Supermarktkette Target ist es beispielsweise gelungen, per Datenanalyse die Schwangerschaft einer Minderjährigen aus Minnesota zu erkennen, noch bevor es ihr eigener Vater tat. Mithilfe von Big-Data-Technologien können Unternehmen potenzielle Käufer bestimmter Produkte identifizieren und diese gezielt werben. Es besteht auch die Möglichkeit, dass Menschen aufgrund der Auswertung ihrer Daten in statistische Gruppen – z. B. gesundheits- und kreditbezogene Risikogruppen – „einsortiert“ werden. Das könnte ihnen u. U. Nachteile einbringen – beispielsweise, wenn sie einen Kredit beantragen oder eine private Krankenversicherung abschließen möchten. Die Privat- und Intimsphäre von Menschen wird durch Big-Data-Technologien immer mehr gefährdet.

## Didaktisch-methodische Hinweise

Fast 180 Minuten verbringen Jugendliche heute durchschnittlich pro Tag im Internet (Quelle: JIM-Studie 2013). Das Netz eröffnet den Usern schier unbegrenzte Möglichkeiten: Sie können sich dort mit Freunden in Sekundenschnelle austauschen, sich über die unterschiedlichsten Dinge informieren, Bestellungen tätigen, Urteile abgeben, Entwicklungen kommentieren oder YouTube-Stars werden. Für Lehrerinnen und Lehrer stellt es eine pädagogische Herausforderung dar, die Schülerinnen und Schüler auch für die Schattenseiten und Gefahren des Internets zu sensibilisieren – und zwar ohne moralisch erhobenen Zeigefinger. Die Unterrichtseinheit setzt deshalb an den Erfahrungen und dem „Expertenwissen“ der Lernenden an. Intention der Einheit ist es, die Chancen und Risiken der zunehmenden Digitalisierung auszuloten und dabei die Schülerinnen und Schüler anzuregen, eigene Werthaltungen zu entwickeln.

### Stundenverlauf

<b>Stunde 1</b>	<b>Welche Vor- und Nachteile hat das Internet für Verbraucher?</b>
<b>Intention</b>	Die Schülerinnen und Schüler verstehen, welche Vor- und Nachteile das Internet für Verbraucher mit sich bringt.
<b>Materialien M 1–M 2</b>	In <b>M 1</b> erkennen die Jugendlichen, dass Online-Shopping stark zunimmt und den traditionellen Einkaufsbummel mehr und mehr ersetzt. Sie machen sich ihre eigenen Erfahrungen mit Online-Shopping bewusst.  In <b>M 2</b> werden die Lernenden dafür sensibilisiert, dass Bewertungen und Empfehlungen auf Online-Portalen manipuliert sein können. Sie fällen ein Urteil darüber, wie weit das Recht auf anonyme Meinungsäußerung im Netz gehen sollte.
<b>Stunde 2/3</b>	<b>Welche Vor- und Nachteile hat das Internet für Unternehmen?</b>
<b>Intention</b>	Die Schülerinnen und Schüler begreifen, welche Vor- und Nachteile das Internet für Unternehmen mit sich bringt.
<b>Materialien M 3–M 5</b>	In <b>M 3</b> nehmen die Jugendlichen die Perspektive eines Unternehmens ein. In Gruppen erarbeiten sie, welche Vorteile sich für Unternehmen durch einen Online-Auftritt bzw. einen Online-Shop ergeben.  In <b>M 4</b> machen sich die Lernenden bewusst, welche Risiken mit dem Internetauftritt eines Unternehmens verbunden sein können.  In <b>M 5</b> verstehen die Schülerinnen und Schüler, worum es sich bei der Just-in-time-Produktion (JIT) handelt und welche Vorteile diese für Unternehmen hat.
<b>Stunde 4</b>	<b>Welche Probleme bringt der Online-Handel mit sich?</b>
<b>Intention</b>	Die Jugendlichen erkennen, dass Online-Handel zu sozialen, ökonomischen und ökologischen Problemen führt.
<b>Materialien M 6–M 7</b>	Die Lernenden erkennen in <b>M 6</b> , dass der Online-Handel auch negative Begleiterscheinungen mit sich bringt.  In einem anschließenden Gruppenpuzzle in <b>M 7</b> setzen sie sich vertieft mit den Schattenseiten des Online-Handels auseinander.



**SCHOOL-SCOUT.DE**

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

**Auszug aus:**

*Auf dem Weg zum gläsernen Verbraucher?*

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](http://School-Scout.de)

