Aufgaben Deutsch Klasse 9
16. / 17. April

Bitte beendet eventuell noch nicht erledigte Aufgaben aus den Vorwochen. Denkt auch an die Ausarbeitung der Epoche. Sollte es euch nicht möglich sein, diese per Mail zuzusenden bzw. anders als handschriftlich anzufertigen, bringt ihr sie bitte i**n der ersten Stunde Deutschunterricht, die wieder stattfinden kann,** mit und gebt euer Produkt ab! Es kann ja auch ein Arbeitsblatt angefertigt oder ein Interview verschriftlicht werden, denkt also bitte an alternative Lösungen! Hier bietet sich die Möglichkeit, fehlende Zensuren zu erhalten.

Weiterhin überprüft bitte eure bisher ausgearbeiteten Lösungen zu den Aufgaben. Denkt bitte daran, dass es sich um ***Lösungsmöglichkeiten*** handelt. Beim Vergleichen im Unterricht hätten wir im Gespräch sicher auch noch einige andere Aspekte herausgefunden. Markiert euch bitte die Stellen und wir reden darüber, sobald wir uns wieder sehen!
LB S. 33/1: - Was soll ich nehmen? - Was wollte ich nochmal kaufen? Das sind so viele Waren und Marken! Welches ist das Beste?
LB S. 33/2: Das Bild zeigt ein Überangebot an Waren. Selten fragen wir uns, was wir wirklich brauchen. Die beiden Personen erliegen auch dem Konsum, dass sieht man beim Blick in ihren Einkaufswagen. Somit könnte das Bild zum Thema haben, dass Konsum auch Schattenseiten hat.
LB S. 33/3: denkbare Begründungen: Kaufen macht Spaß, ich möchte Dinge haben, damit kann man angeben, wer nicht mitmacht wird zum Außenseiter, manche Dinge sind zwar unnötig aber schön,
LB S. 34/1: a) die beiden Fragen der Interviewer: - Wofür gebt ihr am meisten Geld aus? - Können nach eurer Einschätzung Jugendliche ohne Geld leben?
c) Christian und Luca sind typische Jugendliche, wenn es ums Geldausgeben geht. (Christian gibt wie die Jugendlichen insgesamt viel Geld für Bekleidung aus. Jugendliche geben, wie auch Luca, viel Geld für Essen und Weggehen aus.) Auch Marie verhält sich wie viele andere in ihrem Alter. (Jugendliche geben 1295 Mio. Euro pro Jahr für Körper- und Haarpflege, Kosmetik, Friseur und Solarium aus - wie Marie.)
LB S. 34/2: a) Luca und Marie verneinen, Christian bejaht
b) Luca ist der Meinung, dass Jugendliche nicht ohne Geld leben können. Sein Argument ist, dass Jugendliche, wenn sie mit anderen zusammen sind, auch Dinge tun, die Geld kosten. Als Beispiele nennt er ins Kino gehen oder feiern.
c) Christian behauptet indirekt, dass Jugendliche wohl ohne Geld auskämen. Sein Argument ist, dass die Dinger, die Jugendliche kaufen, meist nicht wirklich gebraucht werden. Sein Beispiel ist eine neue Hose.
d) Maries Position ist wenig überzeugend, weil sie eine Erfahrung wiedergibt, die zunächst einmal nur für sie selbst gilt. Somit hat sie keinen Argumentationswert und kann höchstens als Beispiel dienen.
LB S. 35/3: a)

Jugendlicher	**Konsumart**	**Beleg**
Christian	Zugehörigkeit	kauft Kleidung, um so zu sein, wie alle (Z. 4-6)
Marie	Identität	geht zum Friseur, um gerade nicht so auszusehen wie alle (Z. 7-9)
Luca	Wohlergehen	gibt das Geld aus, um mit Freunden eine schöne Zeit zu haben (Z. 11-12)

b) mögliche Beispiele: Befriedigung von Grundbedürfnissen (Einkauf von Nahrung), Wohlergehen (Kinobesuch), Identität / Zugehörigkeit (Kauf eines bestimmten Smartphones, das alle haben und „in“ ist), Gewohnheit (Kauf einer Zeitschrift, obwohl man sie schon lange nicht mehr liest)
c) Erwachsene geben natürlich einen großen Teil des Geldes für Grundbedürfnisse aus (Miete, Lebensmittel), aber auch für das Wohlergehen (Urlaub, Freizeit), für die Identität unter Umständen (bestimmte Automarke, Kleidungsmarke) oder aus Gewohnheit (Zeitungsabo)…
LB S. 35/4: a) Die Werbung zum iPhone betont ausdrücklich, dass es viele kaufen. Wer dazu gehören möchte, muss also das Handy kaufen. Die Werbung passt daher zum Motiv „Zugehörigkeit“.
b) Pepsi zielt auf das Motiv „Wohlergehen“ (Spaß). McDonald’s zielt auf die Motive „Wohlergehen“ und „Befriedigung von Grundbedürfnissen“: Es sind die Grundbedürfnisse des Essens (symbolisiert durch die einfache Nahrung „Butterbrot“) durch ein Produkt ersetzt, welches gleichzeitig Wohlergehen verspricht. Auch „Zugehörigkeit / Identität“ kommen als Gründe in Frage, da Bagels „angesagt“ sind.
d) Die Werbung will offenbar gezielt Jugendliche ansprechen, weil sie für Nahrung und Handys das meiste Geld ausgeben. Sie sind also für die Wirtschaft eine interessante Konsumentengruppe.
LB S. 36/2: a) A (Z. 1ff.) und B (Z. 9ff)
b) Es kann glücklich machen, in einem Sportwagen zu fahren. Insofern ist auch der Kauf dieses Wagens etwas, das glücklich machen kann.
c) Für den Markt ist es gut, wenn viel konsumiert wird (Z. 15). Der Einzelne aber profitiert davon nicht, weil jeder Erwerb von Waren wertlos wird, wenn sofort etwas Neues begehrt wird.
d) Der Mensch sucht sich zum Glücklichsein Menschen, die ihm ähnlich sind, Deshalb ist es für ihn unmöglich, Dinge nicht zu kaufen, die alle anderen kaufen.
LB S. 37/4: Position A Argumente: Die wenigsten Käufer befriedigen wirklich Bedürfnisse, oft sind es Scheinbedürfnisse. Oft wird ihnen dies klar, wenn sie Dinge gekauft haben, die sie unbedingt haben mussten.
Immer-Kaufen-Müssen erschöpft die Menschen und kann kein Glück bringen.
Unmittelbar nach dem Kauf lockt schon ein neuer Konsum. Selbst wenn der Kauf somit glücklich machen würde, wäre das Glück nur von kurzer Dauer.
Position B Argumente: Schöne Dinge zu tun (Autofahren, Fußball spielen …) verlangt oft, bestimmte Gegenstände zu haben (Auto, Fußball) - ihr Kauf führt also zum Glück.
Es gibt die Möglichkeit, Dinge zu kaufen, die mich mit anderen verbinden (Kinokarte, Essen, Jeans …). Der gemeinsame Konsum ist also ein Beitrag zum Glück des Zusammenseins.
Ich kaufe nicht unbedingt nur für mich, sondern auch für andere und mache diese durch ein Geschenk glücklich. Das Glücklichmachen anderer kann dann auch mich selbst glücklich machen.
b) Verbindende Aspekte: Beide formulieren Bedingungen an das Kaufen, die zum Glück notwendig sind. Werden diese Bedingungen nicht erfüllt, meinen offenbar beide, dass dann Kaufen auch nicht glücklich macht.
LB S. 37/5: Vielleicht seid ihr euch darin einig geworden, dass nicht jeder Kauf glücklich machen kann, unter bestimmten Bedingungen kann ein Kauf aber auch glücklich machen. wenn ich mich nicht dazu verleiten lasse, bestimmte Dinge sofort haben zu müssen und mich bewusst dafür entscheide, Dinge zu kaufen, die mich mit anderen verbinden oder anderen eine Freude machen, dann kann dies mein Glück fördern.
LB S. 38/1: a) Marie bezieht sich durch die Wortwahl „keineswegs“ auf die Gesprächsteilnehmer. Can wiederholt, was Frau Schäfer gesagt hat, schränkt es zunächst

ein („Natürlich gibt es Jugendliche, die …) und widerspricht dann der Verallgemeinerung („aber“).
b) Can entkräftet die Verallgemeinerung, indem er ein Gegenbeispiel nennt (warme Winterschuhe). Zudem gleicht er das Konsumverhalten von Jugendlichen mit dem von Erwachsenen und stellt Ähnlichkeiten fest, welche die Kritik als fragwürdig erscheinen lässt.
c) Herr Busch: „Ich stimme Ihnen zu, Frau Schäfer, teile aber …“ - „aber“ signalisiert seinen Widerspruch.
d) Can spricht Frau Schäfer direkt an (Z. 14-28).
LB S. 38/2: Für Sportschuhe und Cola haben die Jugendlichen Recht. Hier sind ihnen Marken wichtig. Aber eine Studie hat gezeigt, dass dies für Süßigkeiten oder T-Shirts nicht gilt. Insofern ist die Verallgemeinerung unzutreffend.

Die Lösungen für die Woche vom 30. März bis 3. April werden später eingestellt.

Liebe Grüße und bleibt gesund!

Frau Dietrich und Frau Mix