

# STOFFWISSEL

Textilien und Textilwirtschaft im Wandel  
 Textilkunde/Textilwirtschaft Klasse 7-10

## Typentest – Welcher Einkaufstyp bist du?

Die stylische Jeans, das coole T-Shirt oder die neuesten Sneakers. Jugendliche sind eine besonders attraktive Zielgruppe für den Handel. Der Grund ist einfach: Sie besitzen Geld, haben den Willen, es auszugeben, haben Bedürfnisse, die sie befriedigen wollen und sind an Neuem interessiert. Aktuell verfügen Jugendliche zwischen 10 und 19 Jahren über eine Kaufkraft von rund 22 Milliarden Euro. Dies entspricht dem Bruttoinlandsprodukt von Ländern wie El Salvador oder Kamerun. Darüber hinaus beeinflussen sie alltägliche Kaufentscheidungen in der Familie. Gleichzeitig haben sie bei der Anschaffung größerer Objekte ein gehöriges Wörtchen mitzureden.

Jugendliche sind die Konsumenten von heute. Wirtschaft, Handel und Marketingstrategen haben sich darauf eingestellt. Sie bieten zahlreiche Produkte speziell für Jugendliche an und bewerben diese. Jugendliche sind gleichzeitig die Konsumenten von morgen. Sie erwerben im Laufe ihrer Sozialisation Einstellungen zu, und Bindungen an Marken, die oft bis ins Erwachsenenalter handlungsleitend sind. Dabei hat neben den Eltern und der Peer-Group insbesondere die Werbung Einfluss.

Um Jugendliche zielgerichtet anzusprechen, unterteilen WerbepLANER und Marketingstrategen diese, wie jede andere Käufergruppe auch, in verschiedene Konsumenten-Typen. Darauf werden dann die unterschiedlichen Werbemethoden ausgerichtet. Mit nachfolgendem Test kannst du herausfinden, welcher Konsumtyp du bist. Kreuze dazu in jeder Zeile das Feld an, welches deiner Meinung oder deiner Situation entspricht.



Quelle: Lorelyn Medina – fotolia.com

	stimmt gar nicht <b>1</b>	stimmt ein wenig <b>2</b>	unent-schieden <b>3</b>	stimmt fast <b>4</b>	stimmt völlig <b>5</b>
Wenn ich mir Klamotten kaufe, dann achte ich grundsätzlich auf die Marke. Schließlich will ich dazugehören.					
Einkaufen und Shoppen sind kein notwendiges Übel, sondern fast ein Hobby. Ich kaufe auch dann etwas, wenn ich es eigentlich gar nicht benötige.					
Wenn ich shoppen gehe, gebe ich meist mehr Geld aus, als ich eigentlich wollte.					
Beim Einkaufen und Shoppen ist mir der Preis egal. Ich kaufe, wozu ich gerade Lust habe.					
Selbst waschen oder reinigen? – Beim Einkaufen achte ich selten oder gar nicht auf die Pflegehinweise im Kleidungsstück.					
Test-, Qualitäts- und Umweltsiegel sind mir bei meinen Kaufentscheidungen egal.					
Preise vergleichen ist etwas für Langweiler. Ich kaufe sofort. Nicht, dass es mir jemand anderes wegschnappt.					
Sehe ich bei meinen Lieblingsstar aus Film, Fernsehen oder Musik ein Kleidungsstück oder Accessoire, das mir gut gefällt, dann muss ich es auch haben.					
Unter welchen Bedingungen Klamotten hergestellt werden, interessiert mich nicht. Hauptsache sie sind billig – Egal wie viel Geld ich zur Verfügung habe.					
Was andere Menschen als cool empfinden interessiert mich sehr. Mode- und Lifestyle-Magazine sind deshalb meine bevorzugte Lektüre.					

# STOFFWECHSEL

Textilien und Textilwirtschaft im Wandel

Textilkunde/Textilwirtschaft Klasse 7-10

## Aufgaben:

- 1) Tauscht euren Fragebogen mit dem des Nachbarn. Wertet diesen aus. Addiert dazu die Punkte, die je Aussage wie folgt vergeben werden:

„stimmt gar nicht“ = 1 Punkt, „unentschieden“ = 3 Punkte, „stimmt völlig“ = 5 Punkte  
 „stimmt ein wenig“ = 2 Punkte, „stimmt fast“ = 4 Punkte,

### bis 15 Punkte: Der Schnäppchenjäger

Du hast Talent zum Finanzminister, denn du achtest auf jeden Cent und bist alles andere als ein Fashion Victim. Meistens bist du besonnen und triffst deine Entscheidungen rational. Für spontane Einkäufe und Kaufentscheidungen kannst du dich nicht begeistern. Wenn du dir von Zeit zu Zeit eine kleine Freude gönnst, dann nur, weil du dich schon lange nach deinem Objekt der Begierde gesehnt hast, oder weil der Preis unterhalb deiner Schmerzgrenze liegt. Trotzdem solltest du dir ab und zu eine Freude mit einem „guten Stück“ machen – und dabei auch auf Pflegeeigenschaften, Test- und Gütezeichen achten und so mit „gutem Gewissen“ einkaufen.



Quelle: Franz Pfluegl – fotolia.com

### 16–20 Punkte: Der überlegte Käufer

Du bist sehr vernünftig, hast deine Einnahmen und Ausgaben gut im Blick. Bevor du etwas kaufst, überlegst du gut, ob du es dir leisten kannst und hast Preise verglichen. Deshalb sind deine Kaufentscheidungen in der Regel auch gut durchdacht. Bei deiner Auswahl sind dir Qualität und Pflegeeigenschaften, nicht die Marke wichtig. Was Film- und TV-Stars tragen oder deine Freunde als angesagt empfinden, ist dir meistens egal. Beim Shoppen achtest du auch auf Güte- sowie Test- und Qualitätssiegel, denn nicht nur Qualität, auch das Wohl von Mensch und Natur liegt dir am Herzen. Setze weiterhin deinen Verstand ein und lass dir mit deinen Kaufentscheidungen Zeit, so konsumierst du qualitativ hochwertig sowie nachhaltig für Mensch, Natur, Umwelt und deinen Geldbeutel.

### 21–30 Punkte: Der impulsive Käufer

Dir ist Lebensqualität wichtig. Du kaufst, weil es dir Spaß bereitet oder du dich aufmuntern willst. Wenn dir etwas gefällt, egal ob billig, oder teuer, mit hohem Tragekomfort oder nicht, kannst du dich nicht zurückhalten und schlägst zu. Dann sind dir auch Pflegehinweise oder Produktlabel egal. Gestehe dir doch ein wenig Überlegungszeit zu, bevor du etwas kaufst – bei kleineren Sachen mindestens 15 Minuten bei teureren Dingen zwei Tage. Dies bewahrt dich nicht nur vor Impulskäufen, sondern auch vor einem leeren Geldbeutel. Achte verstärkt auch darauf, wie die Kleidung qualitativ beschaffen ist. Habe dabei das Pflegeetikett sowie ausgewiesene Testlabels im Blick.

### 31 Punkte und mehr: Der Marken-Shopper

Die coolen Turnschuhe, die stylische Designerjeans oder das trendige T-Shirt welches du in einer Zeitschrift gesehen hast: Du erfüllst dir deine Wünsche immer sofort. Deine Vorbilder sind die Stars aus Film und Fernsehen. Mode- und Lifestyle-Magazine gehören zu deiner regelmäßigen Lektüre. Shoppen ist dein liebstes Hobby. Was andere von dir halten ist dir wichtig. Deshalb achtest du sehr auf deine äußere Erscheinung. Meist gibst du deshalb mehr Geld aus, als dir zur Verfügung steht. Wenn du so weiter machst, wirst du bald Miese statt Mäuse in deinem Geldbeutel haben. Misstrauere denjenigen, die an deiner Leichtfertigkeit verdienen wollen. Überschlafe größere Kaufentscheidungen grundsätzlich und berate dich mit Familie und Freunden, denn nicht allein die Marke zählt. Achte auch auf Pflegeeigenschaften und ausgewiesene Güte- und Qualitätssiegel – und vor allem auf das Preisschild.

- 2) Vergleiche eure Resultate. Tragt eure Ergebnisse zusammen. Welcher Einkaufstyp ist in eurer Klasse am häufigsten vertreten? Erstellt eine Rangliste.

## Internet und Literatur:

- Bauer Media Group; Bravo Faktor Jugend 10; My brands – Markensozialisation von Jugendlichen 2009; Hamburg 2010: Welche Marken waren 2009 cool und angesagt bei den Jugendlichen? Welche dienen sogar als Statussymbol? Wie, wann und warum entstehen Markenbeziehungen? Zahlreiche Zahlen und Fakten dazu liefert die zehnte Ausgabe der Studienreihe BRAVO Faktor Jugend.
- Die „Stoffwechsel“-Arbeitsblätter „Für ein langes Leben“ sowie „Vertrauen ist gut, Siegel ist besser“ informieren über Pflegekennzeichen für Textilien sowie Qualitäts- und Produktlabel: [www.jugend-und-bildung.de](http://www.jugend-und-bildung.de).
- Der Dokumentarfilm „Die Macht der Werbung“ untersucht Werbung als kulturelles Phänomen, das sowohl gesellschaftliche als auch individuelle Bedürfnisse aufgreift. Der Film kann in den örtlichen Medienzentren kostenlos ausgeliehen werden.