



ÜBUNGS-NL NR. 14, MÄRZ 2017 GUTE VERANLAGUNG

Arbeitsblatt für Lehrkräfte

Zeitaufwand: 3 - 4 Unterrichtseinheiten

Fächerbezug: 10./11. Schulstufe, Geografie und Wirtschaftskunde, Deutsch

Aufgabe 1

Die Klasse ist in die Gruppen A und B zu teilen.

Gegenstand sind risikoreiche Finanzanlageprodukte, die auch in den Medien in der letzten Zeit massiv beworben wurden.

Gruppe A erhält eine abgeänderte Version einer OTS-Nachricht, die das Unternehmen zur Bewerbung seines Produkts im August letzten Jahres versandt hat.

Gruppe B erhält die relevanten Auszüge aus dem Kapitalmarktprospekts des Unternehmens.

Alle SchülerInnen erhalten je nach Gruppenzugehörigkeit einen Ausdruck der Beilage .1/ (Gruppe A) oder Beilage .2/ (Gruppe B).

Alle SchülerInnen erhalten dazu eine Checkliste (Beilage 3/.).

Schritt 1: Alle SchülerInnen haben folgende Aufgaben zu erfüllen:

- Anhand des jeweiligen Textes, den sie erhalten, ist die Checkliste zu bearbeiten und zu beantworten.
- Alle finanzspezifischen und unbekanntenen Wörter im Text sind herauszusuchen. Für jeden Begriff ist eine passende Erklärung zu finden. Dazu können die SchülerInnen das Smartphone benutzen. Die jeweiligen Begriffe und Definitionen sind getrennt auf A6 Kärtchen zu schreiben.

Schritt 2: Methode „Gruppenpuzzle“ (abgewandelt)

Nach der Einzelarbeit werden je nach Klassengröße 3-4 gemischte Kleingruppen gebildet, wobei darauf zu achten ist, dass in jeder Gruppe eine ausgewogene Mischung von TN der Gruppen A und B ist.

Nun werden die Ergebnisse innerhalb der Kleingruppe besprochen und auf einem Plakat festgehalten. Die Art der Darstellung (ob beispielsweise durch einfache Gegenüberstellung von Werbung und Prospektangaben, Mindmap, etc.) bleibt der Gruppe überlassen. Klar



hervorkommen sollen die wesentlichen Aussagen zu dieser Anlageform, insbesondere sollen die Risiken im Verhältnis dazu optisch hervorgehoben werden.

Bsp.: Werbeaussage <-> Risiko

Investition als Darlehen <-> nachrangiges und unbesichertes Darlehen, d.h. unter Umständen Totalausfall; Rückzahlung, nur wenn Jahresüberschuss vorhanden und alle anderen Gläubiger befriedigt sind.

Investition in Startups und kurze Laufzeit <-> wirtschaftliche Entwicklung der Startups nicht abschätzbar.

Hohe Zinszahlungen <-> nur wenn Jahresüberschuss vorhanden und alle anderen Gläubiger befriedigt sind.

Im Plenum präsentiert jede Gruppe ihre Ergebnisse. Diese werden verglichen.

Parallel dazu werden die Begriffe und Definitionen auf eine Pinnwand gesteckt. Jede/r kann jederzeit Begriffe und/oder Definitionen ergänzen. Die Klasse erstellt entweder ein eigenes Glossar anhand der Begriffe an der Pinnwand oder die Lehrkraft kann Beilage 4./ als Kopiervorlage zur Verteilung bringen.

Die Beilage 3a./ (Checkliste Lösungen) unterstützt Lehrkraft und SchülerInnen aus den Texten die richtigen Antworten zu filtern.

Aufgabe 2

Diskussion in der Klasse

Sehr oft klaffen Werbung und Realität weit auseinander. Üblicherweise fällt übertriebene Werbung als Marketingmaßnahme auf und die Allgemeinheit kann erkennen, dass es sich nicht um Aussagen handelt, die einen Realitätscheck durchlaufen können.

Werbeaussagen zu Finanzmarkprodukten allerdings erfordern nicht nur Kenntnis der gängigen Begriffe am Kapitalmarkt, sondern auch ein Gesamtverständnis von (betriebs-) wirtschaftlichen Zusammenhängen.

Die SchülerInnen sollen lernen Werbeaussagen und Versprechungen bei Finanzprodukten in einem realökonomischen Kontext zu setzen und sie kritisch zu hinterfragen.

Die Lehrkraft erhält zusätzlich eine Hintergrundinformation (Beilage 5./).

Folgende Fragen können dabei zur Diskussion gestellt werden:

- Was bedeutet ein Versprechen von über 9% Zinsen p.a. in Zeiten von Niedrigzinsen?



- Was bedeutet eine Investition in ein Startup? Kann man erwarten, dass sich eine Investition, die auf 3 Jahre anlegt wird, rentiert und Gewinne abwirft?
- Kann ich mir einen Totalverlust leisten?

Im Anschluss an die Diskussion teilt die Lehrkraft das Überblicksblatt für SchülerInnen (Beilage 6./) aus.

Aufgabe 3

Welche Fakten sind für KonsumentInnen entscheidend, damit sie eine informierte Anlageentscheidung treffen können?

Im Anschluss an die Diskussion werden die wesentlichen Kernaussagen herausgefiltert und zu einer nicht irreführenden Werbebotschaft umformuliert!

Zusatzaufgabe: Die Klasse gestaltet einen Werbeflyer!