

	<b>Programmblock</b>	Nr. 014
<b>Chrömeli-Trip</b>	<b>Sensibilisierung auf die Suchtproblematik</b>	<b>A</b>
<b>Teilnehmer:</b>	Gruppen à 3-5 TN	
<b>Altersstufe:</b>	Ab 7 Jahren	
<b>Ort:</b>	Zelt- oder Hauslager	

### Ziel

Das eigene Konsumverhalten bewusst machen, und die Machenschaften der „Verkaufs-Ladentricks“ erkennen und durchbrechen.

„Komm, zeig mir was Du hast.“ heißt es in dem Refrain des Liedes „Heute Nacht“ der deutschen HipHop-Gruppe „Blumentopf“. „Sage mir, was du konsumierst und ich sage dir, wer du bist.“ heißt es zu Anfang des 21. Jahrhunderts für die Kinder und Jugendlichen in unserer Gesellschaft. Die richtige Marke entscheidet über Respekt und Anerkennung, über Sieg oder Niederlage. Längst wurden Kinder und Jugendliche von der Wirtschaft als lukrative Zielgruppe erkannt. Noch nie war die Kaufkraft der Minderjährigen so groß wie im letzten Jahrzehnt. Noch nie zuvor waren Kinder so fester Bestandteil einer Konsumkultur.

### Ablauf

#### Einstieg:

Die Gruppe wird kurz ins Thema eingeführt. Dabei darf die Frage „Taschengeld“ und „die letzten zwei Einkäufe“ gestellt werden.

Aufteilung in Kleingruppen, evtl. wird der Gruppe ein Gruppenleiter zugewiesen.

#### Hauptteil:

Die Kinder machen eine Strassenumfrage und befragen Kinder, und Erwachsene über Taschengeld und „Chrömeliverhalten“ (wann, was, wieviel, evtl. warum). Eine Umfrageliste wird erstellt.

Als Detektive werden Konsumorte erkundet und nach den „Kinderhits“ Ausschau gehalten. Wo sind die „Kinderhits“ gelagert und präsentiert. Welche Kauflockangebote sind vorhanden. Kaufstandort und Aufmachung soll dokumentiert werden (evtl. neben der Kasse).

Evtl. ein Interview mit dem Ladenbesitzer oder einer Angestellten über die „Hintergedanken“ bei der Präsentation der Produkte.

#### Ausstieg:

Die Gruppen präsentieren ihre Umfragen und die neu gewonnenen Erfahrungen dem Plenum. Jeder Gruppe wird ein Präsentationszeitfenster gewährt. Unterschiede über Taschengeld und Konsumverhalten wie auch über Verkaufspräsentation werden ausgewertet.

Die Beteiligten erarbeiten eine Zusammenfassung mit möglichen Schlussfolgerungen. Evtl. kann sich jedes Kind zwei eigene Verhaltensmöglichkeiten aufschreiben und mitnehmen.

### Besonderes

#### Literatur:

Der Einfluss von Medien auf das Konsumverhalten von Kindern und Jugendlichen (ISBN 978-3-638-03166-0)