

---

# Leitperspektive Sekundarstufe 1

## Verbraucherbildung

### **4610554    Gentechnologie bei Tieren**

Video-DVD/CD    Länge: 21 min f    Produktionsjahr: 2006

Riesenmäuse, Schweine und Rinder mit unförmigen Muskelmassen, Lachse, die in der halben Zeit sechs mal so groß werden wie ihre natürlichen Artgenossen - durch Genmanipulation soll die Lebensmittelproduktion ertragreicher und produktiver werden. Hat der Verbraucher wirklich einen Vorteil oder profitieren davon nur die globalen Lebensmittelkonzerne? Wissenschaftler warnen: Wenn genmanipulierte Tiere und Pflanzen in die Umwelt gelangen, gibt es kein Zurück mehr. Der Film macht deutlich, dass nur Aufklärung und demokratische Kontrolle diese Entwicklung stoppen können.

### **4665252    Die Unbestechlichen - Die Arbeit der Stiftung Warentest (Fassung 2010)**

Video-DVD/CD    Länge: ca. 13 min f    Produktionsjahr: 2010

Auf das Qualitätsurteil von Stiftung Warentest ist Verlass. Seit 45 Jahren erleichtert sie mit vergleichenden Tests von Waren und Dienstleistungen die Entscheidung beim Einkauf und vor dem Vertragsabschluss. Doch wie kommen die Prüfer zu ihrem Urteil? Der Film gibt einen Einblick in die Testarbeit - von der Idee bis zum fertigen Artikel im Heft. Ein Prüflabor untersucht Laufschuhe für die Zeitschrift test, für Finanztest werden Auslandsreise- Krankenversicherungen auf den Azoren geprüft. Auch ein Besuch der Online-Redaktion von test.de steht auf dem Programm. Zusatzmaterial: Begleitbuch mit Sachinformationen; Unterrichtsvorschlägen; Arbeitsblätter; Materialien.

### **4668257    Produkte des Alltags**

Video-DVD/CD    Länge: ca. 43 min f    Produktionsjahr: 2012

Je kreativer, bunter und ansprechender Produkte verpackt sind, desto besser lassen sie sich verkaufen. Laut Studien trifft ein Käufer seine Entscheidung in nur 1,6 Sekunden. Und dabei lässt er sich meistens von Größe, Farbe, Design und dem Namen des Produkts leiten. Der Inhalt wird bei der Kaufentscheidung oft zur Nebensache. In dieser Folge wird neben psychologisch präzise ausgefeilten Verkaufsstrategien auch die Herkunft der bekanntesten Markennamen erklärt. Psychologen haben herausgefunden: Sehen wir etwas Rotes, Gelbes oder Oranges, bekommen wir automatisch Appetit. Fällt unser Blick auf etwas Grünes oder Blaues, denken wir an Sauberkeit und Frische. Von einem Experten wird in die Geheimnisse der Verpackungswelt eingeführt und erklärt, woher die bekanntesten Markennamen kommen. Währenddessen wird zudem in die Materie eingetaucht und analysiert, ob in den Verpackungen auch

immer das drin steckt, was drauf steht. Muss Schwarzwälder Schinken aus dem Schwarzwald stammen? Zusatzmaterial ROM-Teil: 7 Arbeitsblätter (PDF); 5 interaktive Arbeitsblätter.

## **4683067     Der gläserne Kunde - Wie Einkaufsdaten gesammelt werden**

Video-DVD/CD     Länge: ca. 15 min f     Produktionsjahr: 2008

Die Sendung vermittelt, wie Werbung in unterschiedlichen Medien aufbereitet wird und mit welchen Mitteln sie arbeitet. Wie bekommt ein Produkt einen Namen? Wie entsteht eine Werbekampagne für eine bestimmte Zielgruppe? Gezeigt werden auch die Tricks und Kniffe der Werbeschaffenden sowie die Erfassung von Kundendaten.

## **4684278     Tod aus dem Netz**

Video-DVD/CD     Länge: ca. 30 min f     Produktionsjahr: 2010

Ein Mausklick genügt, und Pillen oder Pulver landen direkt im Briefkasten. Doch viele ahnen nicht, welchem Risiko sie sich aussetzen. Was im Internet als harmloses pflanzliches Schlankheitsmittel aus China angepriesen wird, entpuppt sich bei Labortests als hoch dosiertes Arzneimittel mit tödlichen Nebenwirkungen. Eine angebliche Wundercreme gegen Hauterkrankungen bringt im Labor ähnlich überraschende Ergebnisse. Aus Angst, wegen illegalen Arzneimittelkonsums belangt zu werden, wagen viele Patienten dennoch nicht, zum Arzt zu gehen, und führen den Selbstversuch mit dubiosen Medikamenten fort. So verlockend es scheint, E-Mail-Angebote wahrzunehmen, die schnelle Wirkung versprechen, so schockierend sind die Folgen.