



verbraucherzentrale

*Nordrhein-Westfalen*

# UNTERRICHTSMATERIALIEN: „EINKAUFEN IM INTERNET“

Unterrichtsmaterialien für Multiplikatoren zur Stärkung von  
Verbraucherkompetenzen bei neu zugewanderten Menschen

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EINLEITUNG</b>	<b>4</b>
Hinweise zur Handreichung	4
Hinweise zum Nutzungsrecht	4
<b>EINKAUFEN IM INTERNET</b>	<b>5</b>
Hintergrundinformationen zum Thema	5
Ziele der Unterrichtseinheit	6
Hinweise zur Vorbereitung durch die Lehrkraft	6
Unterrichtsverlauf	6
Material	7
<b>AUFGABE 1</b>	<b>7</b>
Ziele	7
Ablauf	7
Material	9
<b>AUFGABE 2</b>	<b>12</b>
Ziele	12
Ablauf	12
Material	15
<b>AUFGABE 3</b>	<b>21</b>
Ziele	21
Ablauf	21
Material	22
<b>AUFGABE 4</b>	<b>27</b>
Ziele	27
Ablauf	27
Material	29
<b>AUFGABE 5</b>	<b>30</b>
Ziele	30
Ablauf	30
Material	31
<b>ZUSATZMATERIAL</b>	<b>33</b>
<b>VERANSTALTUNGSANGEBOTE</b>	<b>42</b>

## EINLEITUNG

Die vorliegenden Materialien sind im Zuge des Projektes „Get in! Fit für den Konsumalltag in Deutschland“ der Verbraucherzentrale NRW entstanden. Ziel der Unterrichtseinheiten ist die Stärkung und Erweiterung verbraucherrechtlicher Alltagskompetenzen neu zugewanderter Menschen.

Denn etliche zugewanderte Menschen kommen aus Gesellschaften, in denen sie kaum verbraucherrechtliche Kompetenzen aufbauen mussten und konnten. In Deutschland angekommen, werden sie dann aufgrund der veränderten Konsumwelt mit großen Herausforderungen konfrontiert.

Um diesen Herausforderungen gewachsen zu sein und den Einstieg in unseren Konsumalltag meistern zu können, benötigen die Neuzugewanderten adäquate Informationen. Die nötigen Basisinformationen sind in diesen Unterrichtseinheiten zielgruppengerecht aufgearbeitet worden.

Die Materialien stehen zum Download und zum Einsatz für Multiplikatoren zur Verfügung:

 <https://www.verbraucherzentrale.nrw/get-in>

Die Handreichung beschreibt den Unterrichtsverlauf mit Differenzierungsmöglichkeiten. Die Unterrichtseinheiten eignen sich zum Einsatz in Integrations- und Orientierungskursen, in Internationalen Förderklassen aber auch als eigenständige Unterrichtseinheiten in bestehenden Gruppen und als erweitertes Angebot in Maßnahmen.

Die Unterrichtsinhalte und -materialien sind für den Einsatz bei neu zugewanderten Menschen konzipiert worden. Der Einsatz als niederschwelliges Angebot für andere Zielgruppen verletzlicher Verbraucherinnen und Verbraucher ist denkbar. Denn die Sozialisation in unser Gesellschaftssystem mündet nicht unbedingt im Aufbau solider Verbraucherkompetenzen. Didaktisch und methodisch sind die Konzepte und Materialien für eine erweiterte Zielgruppe anpassbar.

Bei der Verwendung der Konzepte und Unterrichtsmaterialien ist einerseits auf die Verbraucherzentrale NRW und andererseits auf die Förderung durch das MULNV hinzuweisen.

Zu der Unterrichtseinheit können digitale Zusatzaufgaben als Vorbereitung, Wiederholung und Vertiefung durchgeführt werden. Diese digitalen Zusatzübungen sind abrufbar unter:

 <https://www.verbraucherzentrale.nrw/get-in>

### ... Hinweise zur Handreichung

Die Handreichung umfasst die Ziele der Unterrichtseinheiten, bündelt die Aufgaben und Materialien, zeigt Differenzierungsmöglichkeiten auf und bietet Informationen zum Thema. Die Beschreibung des Unterrichtsverlaufs befindet sich in den farbig unterlegten Kästen. Am Ende der Aufgaben sind die verwendeten Materialien zusammengestellt. Diese können in den angegebenen Größen ausgedruckt und verwendet werden.

In der Handreichung werden folgende Symbole verwendet:

 **Aufgaben für die Teilnehmenden**

 **Differenzierungsaufgaben**

 **Informationen**

 **weiterführende Informationen**

### ... Hinweise zum Nutzungsrecht

Die Handreichungen für Lehrkräfte und die Materialien dürfen für unterrichtliche Zwecke kopiert und genutzt werden. Die Texte dürfen in ihrem Wortlaut nicht verändert werden, um eine fachliche und rechtliche Veränderung zu vermeiden.

Die Arbeitsblätter, Bildkarten, Kernbotschaften, Plakate, Memorys, Musterangebote und Handouts dürfen für Unterrichtszwecke genutzt werden.

## EINKAUFEN IM INTERNET

### ... Hintergrundinformationen zum Thema

 Dem Thema „Einkaufen im Internet“ kommt in der Integration neu zugewanderter Menschen in den deutschen Konsumalltag große Bedeutung zu. **Denn im Bereich „Einkaufen im Internet“ bringen viele neu zugewanderte Menschen keine Vorkenntnisse aus den Heimatländern mit. Mögliche Gefahren durch Internet-Betrug sind vielen neu zugewanderten Menschen unbekannt.**

In Deutschland nehmen die neu zugewanderten Menschen das Angebot online einzukaufen an. Die Bequemlichkeit, die große Auswahl an Waren, die günstigen Preise und die Unabhängigkeit von Ladenöffnungszeiten begünstigt das Online-Shopping. Insbesondere die Geschäftsschließungen zu Zeiten der Corona-Pandemie bot das Stöbern im Internet verstärkt an.

Auf der Suche nach Schnäppchen gehen neu zugewanderte Menschen der Abzocke unseriöser Händler ins Garn. **Denn hinter der großen Produktauswahl namhafter Hersteller zu Traumpreisen und dem Angebot, „vergriffene“ Waren zu ergattern, stehen nicht selten Online-Betrüger, die mit sogenannten Fake-Shops Online-Einkäufer abzocken wollen.**

 Nähere Informationen unter <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/abzocke-online-wie-erkenne-ich-fakeshops-im-internet-13166>

In den Beratungsstellen der Verbraucherzentrale suchen neu zugewanderte Menschen dann Rat und Recht, da sie trotz Bezahlung keine Ware oder qualitativ minderwertige Ware erhalten haben. **Sind neu zugewanderte Menschen auf Betrüger im Internet hereingefallen, gibt es Möglichkeiten, bereits gezahltes Geld zurückzurufen.** Die Aussicht auf Erfolg hängt von der Zahlungsmethode ab. Der/die Geschädigte muss schnell reagieren.

 Nähere Informationen unter <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/internetbetrug-so-koennen-sie-versuchen-ihr-geld-zurueckzuzahlen-33155>

[linehandel/internetbetrug-so-koennen-sie-versuchen-ihr-geld-zurueckzuzahlen-33155](https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/internetbetrug-so-koennen-sie-versuchen-ihr-geld-zurueckzuzahlen-33155)

Komplikationen beim Shoppen im Internet sind nicht selten. Internethändler nehmen bspw. externe Zahlungsdienstleistungen in Anspruch. Der Verbraucher erhält die Ware und ist nicht zufrieden. Er schickt sie zurück. Oder er hat die Ware aufgrund langer Lieferzeiten noch nicht erhalten. Bucht der Verbraucher nun sein Geld zurück, kann der Zahlungsdienstleister Mahnungen und Inkassoforderungen zu nicht gelieferten Waren oder zurückgesendeten Waren versenden. Denn der Verbraucher hat mit dem Zahlungsdienstleister einen Vertrag geschlossen. Mit der Zurückbuchung des Geldes ohne den Zahlungsdienstleister zu informieren und zu erklären, warum der Kaufpreis zurückgefordert wird, wird er somit vertragsbrüchig.

 Nähere Informationen unter <https://www.verbraucherzentrale-niedersachsen.de/themen/internet-telefon/zahlungsdienstleister-vorsicht-bei-rueckbuchungen>

Um sicher im Internet einkaufen zu können, müssen sich neu zugewanderte Menschen mit der Bewertung eines Shoppingportals erst einmal vertraut machen. Sie müssen für Fallstricke im Onlineshopping sensibilisiert werden. Die neu zugewanderten Menschen müssen sich zudem mit den unterschiedlichen Zahlungsarten auseinandersetzen.

 Nähere Informationen unter <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/abzocke-online-wie-erkenne-ich-fakeshops-im-internet-13166>

Mit einem unachtsamen „Klick“ kann im Internet ein Vertrag geschlossen werden. **Der Verbraucher hat aber ein Widerrufsrecht, wenn er einen Vertrag im Internet abschließt.** Er kann vom Vertrag zurücktreten und ohne Angabe von Gründen innerhalb von 14 Tagen sein Geld vollständig zurückverlangen, wenn die Ware zurückgeschickt wird.

 Nähere Informationen unter <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/vertraege-reklamation/kundenrechte/vertrag-widerrufen-wann-das-geht-und-wie-sie-einen-widerruf-erklaren-5117>

### ... Ziele der Unterrichtseinheit

Den Teilnehmenden werden die folgenden Situationen durch das Erlernen von Terminologien und durch Übungen erläutert:

- Ich kann im Internet einen Vertrag abschließen.
- Ich kann den Vertrag im Internet widerrufen.
- Ich kann die Ware zurücksenden.
- Ich muss beim Einkauf im Internet auf die richtige Zahlungsmethode achten.
- Ich kann einen Fake-Shop erkennen.
- Billig einkaufen kann teuer werden.

### ... Hinweise zur Vorbereitung durch die Lehrkraft

Die nachfolgenden Unterrichtsmaterialien sind für den Einsatz in Gruppen mit neu zugewanderten Menschen konzipiert. Sie stellen Basisinformationen dar, setzen bei den Informationen an, die neu zugewanderten Menschen aus ihren Herkunftsländern vertraut sind und weisen eine niedrige Progression auf. Das Unterrichtsmodul „Einkaufen im Internet“ besteht aus fünf Aufgaben, einem Quiz und einem Memory. Jede Aufgabe vermittelt eine Kernbotschaft rund um das Thema. **Plakate zu den Kernbotschaften können Sie unter [get-in@verbraucherzentrale.nrw](mailto:in@verbraucherzentrale.nrw) bestellen.**

Die Aufenthaltsdauer der Teilnehmenden in Deutschland bedingt zumeist die Vorkenntnisse des Themas „Einkaufen im Internet“. Viele neu zugewanderte Menschen kennen Onlineshopping aus ihren Herkunftsländern nicht. Im Praxisleitfaden „Die neuen Verbraucher“ wird berichtet, dass es geflüchteten Menschen schwerfällt, einzuschätzen, ob eine Internetseite vertrauenswürdig ist. Aus diesem Grunde ist insbesondere die Sensibilisierung für Fallstricke im Netz sehr wichtig.<sup>1</sup>

Um den unterschiedlichen Vorkenntnissen gerecht zu werden, bietet die Auswahl einzelner Aufgaben Differenzierungsmöglichkeiten. Zudem sind die heterogenen Deutschkenntnisse der Teilnehmenden zu beachten.

Als Unterrichtsmaterialien werden Muster von Internetseiten, Werbeangebote und AGB verwendet. Die Orientierung an Musterseiten und -angeboten erhöht die Alltagsrelevanz der Aufgaben. Im Unter-

richt verweist die Lehrkraft nachdrücklich darauf, dass es sich um Musterbeispiele handelt.

Im Unterrichtsverlauf werden mit den Teilnehmenden Kernbotschaften erarbeitet. **Diese Kernbotschaften stellen Basisinformationen dar, die alle Teilnehmenden verstehen müssen, um das Unterrichtsziel zu erreichen.** Sie präzisieren unsere Zielsetzung. Die Kernbotschaften werden explizit herausgearbeitet und im Laufe des Unterrichts an der Tafel fixiert. Im Unterrichtsverlauf kann zudem immer wieder auf bereits Gelerntes zurückgegriffen werden, indem den Teilnehmenden die Kernbotschaften, die bereits erarbeitet wurden, noch einmal ins Bewusstsein gerufen werden. Am Ende des Unterrichts dienen die Kernbotschaften als Hilfe zur finalen Zusammenfassung der Bildungseinheit.

### ... Unterrichtsverlauf

Die geplante Unterrichtseinheit ist für eine mindestens 90-minütige Veranstaltung geplant. In der Unterrichtspraxis stellte sich heraus, dass der Zeitbedarf variiert. **Insbesondere bei schwächeren und ungeübten Lerngruppen wurde die angesetzte Unterrichtszeit auf zwei Mal 90 Minuten ausgeweitet.** Die zeitliche Ausweitung soll dem Anspruch Rechnung tragen, dass alle Basisinformationen an die Teilnehmenden vermittelt werden sollen.

#### EINSTIEG INS THEMA

Die Lehrkraft bringt die Protagonistin Maria ins Spiel. „Sie erinnern sich doch noch an Maria. Maria möchte sich eine neue Hose kaufen. Maria möchte aber nicht in ein Geschäft gehen. Maria sucht eine neue Hose im Internet.“ (Bildergeschichte 1, Abb. o.1).

### ... Material

Abb. o.1 Bildergeschichte 1 (2 Karten, Format: DIN A5)



## AUFGABE 1

Kernbotschaft: **Ich kann im Internet einen Vertrag schließen.**

### ... Ziele

Die Teilnehmenden erfahren, dass sie im Internet einen Vertrag abschließen können. Die Teilnehmenden wissen, dass sie etwas bekommen und etwas bezahlen müssen. Die Teilnehmenden ermitteln Bedingungen beim stationären und beim Online-Einkauf. Die Teilnehmenden benennen die Beschriftungen der Buttons, die einen Kaufvertrag auslösen. Die Teilnehmenden setzen sich mit den 3 Schritten für den Vertragsabschluss im Internet auseinander.

### ... Ablauf

#### EINSTIEG INS THEMA

Die Lehrkraft erkundigt sich, ob die Teilnehmenden schon einmal etwas im Internet gekauft haben und ob sie lieber online oder im Geschäft einkaufen. Die Teilnehmenden berichten von ihren Erfahrungen.



#### GRUPPENARBEIT

Die Teilnehmenden bilden kleine Gruppen und bekommen den Auftrag zu beschreiben, wie sie im Laden und im Internet eine Hose kaufen.

#### IMPULSFRAGE

- „Sie gehen in einen Laden und suchen eine Hose. Wie machen Sie dies genau?“
- „Sie wollen im Internet eine Hose kaufen. Wie machen Sie dies genau?“

#### ZUSAMMENFASSUNG DER GRUPPENARBEIT IM PLENUM

Die Teilnehmenden erzählen aus ihren Gruppen und die Lehrkraft notiert an der Tafel die Ergebnisse in zwei Spalten. Mögliche Beispiele:

- Im Laden: Ich suche die richtige Abteilung. Ich finde eine Hose. Ich suche meine Größe. Ich fühle das Material ...
- Im Internet: Ich suche in einer Suchmaschine einen Händler. Ich schaue mir die Bilder an. Ich bekomme Hosen-Vorschläge ...

#### FORTSETZUNG DER BILDGESCHICHTE

Die Lehrkraft berichtet nun, dass Maria im Internet eine schöne Hose findet. Die Hose hat 99 Euro gekostet. Jetzt kostet die Hose nur noch 39 Euro. Maria möchte die Hose haben und sie drückt den Button „Jetzt kaufen“ (Bildergeschichte 2, Abb. 1.1).

<sup>1</sup> Nachzulesen unter [https://irights-lab.de/wp-content/uploads/2018/06/18o62o\\_iRights\\_Praxisleitfaden\\_Screen.pdf](https://irights-lab.de/wp-content/uploads/2018/06/18o62o_iRights_Praxisleitfaden_Screen.pdf)

**IMPULSFRAGEN**

- „Was passiert, wenn Maria den Button „Jetzt kaufen“ drückt?“
- „Was muss Maria machen?“
- „Was muss der Online-Händler machen?“

**IDEENSAMMLUNG UND ZUSAMMENFASSUNG**

Die Lehrkraft sammelt die Vorschläge der Teilnehmenden und unterstützt die Teilnehmenden indem sie erklärt: Maria klickt auf den Button „Jetzt kaufen“ im Internet. Der Anbieter schreibt zum Beispiel: „Besten Dank für Ihre Bestellung. Die bestellte Ware werden wir Ihnen in Kürze zusenden.“ Der Vertrag ist abgeschlossen.

**HINWEIS**

Der Händler muss den Kunden klar und verständlich über die Vertragsbedingungen informieren. Auf dem Button für die Bestellung muss eindeutig beispielsweise „Kaufen“ stehen. Der Kunde muss eine Mail erhalten. Der Händler bestätigt mit der Mail die Bestellung.

**HINWEIS**

Einen Vertrag im Internet kann ich nur abschließen, wenn ich bereits 18 Jahre bin.

**KLEINGRUPPENARBEIT ZUR „BUTTONLÖSUNG“**

Maria hat den Button gedrückt und per Klick einen Vertrag geschlossen. Die Lehrkraft bildet Kleingruppen und verteilt „Buttons“ (Abb. 1.3) mit unterschiedlichen Aufschriften an die Teilnehmenden. Die Teilnehmenden diskutieren, welcher Button einen Vertragsabschluss zur Folge hat.

**IMPULSFRAGE**

- „Sie surfen im Internet. Sie klicken auf einen Button im Onlineshop. Haben Sie einen Vertrag oder haben Sie keinen Vertrag abgeschlossen?“

**IDEENSAMMLUNG UND ZUSAMMENFASSUNG**

Die Teilnehmenden berichten aus den Gruppen. Die Lehrkraft moderiert die Antworten an der Tafel. Hierzu werden die Buttons an der Tafel den beiden Bildern „Vertrag per Klick: ja“ und „Vertrag per Klick: nein“ (Abb. 1.2) zugeordnet. Die Lehrkraft

korrigiert und erklärt, dass ich im Internet einen Vertrag abschließen, wenn ich einen eindeutig beschrifteten Button anklicke.

Die Lehrkraft hängt das Lernplakat „Vertrag im Internet“ (Abb. 1.5) an die Tafel und erklärt noch einmal hieran die drei Schritte für den Abschluss eines Vertrags im Internet.

**PRÄSENTATION DER KERNBOTSCHAFT**

Die Lehrkraft fasst noch einmal zusammen und hängt die Kernbotschaft „Ich kann im Internet einen Vertrag schließen“ (Abb. 1.4) an die Tafel.



Vor der kostenpflichtigen Bestellung muss der Verbraucher klar und verständlich über die nachfolgenden Vertragsbedingungen informiert werden:

**Erstens müssen die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen benannt werden.** Über den **gesamten Preis inklusive aller Steuern und Abgaben** oder zumindest über die Art der Preisberechnung muss informiert werden. Der Verbraucher muss erfahren, welche **Kosten für Fracht, Lieferung und Versand** anfallen können. Wird ein Laufzeitvertrag geschlossen, muss der Verbraucher über Laufzeit des Vertrages, Mindestlaufzeit, Kündigungsbedingungen sowie automatische Vertragsverlängerungen in Kenntnis gesetzt werden.

**Zweitens wird die kostenpflichtige Bestellung einer Ware durch den „Klick“ auf einen Button getätigt.** Um die Verschleierung dieses Vorgangs zu verhindern, muss dieser Button eindeutig mit bspw. „kostenpflichtig bestellen“ oder „kaufen“ beschriftet sein. Erfolgt diese klare Beschriftung nicht, kommt kein Kaufvertrag zustande. Klickt der Verbraucher auf Button mit der Aufschrift „Anmelden“, „Bestellen“ oder „Jetzt holen“ ist er nicht zur Zahlung des Kaufpreises verpflichtet.

Werden Nebenleistungen untergeschoben – Häkchen für die Vereinbarungen bereits gesetzt – muss der Verbraucher den Kaufpreis hierfür nicht bezahlen, denn die Nebenleistung wurde vom Verbraucher nicht bewusst gewählt.

**Drittens muss der Händler dem Verbraucher unverzüglich per Mail eine Bestätigung der Bestellung zukommen las-**

**sen.** In den AGB muss der Online-Händler bereits vor der Abgabe einer verbindlichen Bestellung über die einzelnen Schritte des Vertragsabschlusses informieren.



Nähere Informationen unter <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/wann-kommt-im-internet-ein-vertrag-zustande-6762>



**Sind die oben genannten drei Schritte des Vertragsabschlusses erfüllt, kommt der Vertrag nur zustande, wenn der Verbraucher bereits volljährig ist.** Bestellt ein Minderjähriger Waren im Internet, verliert der

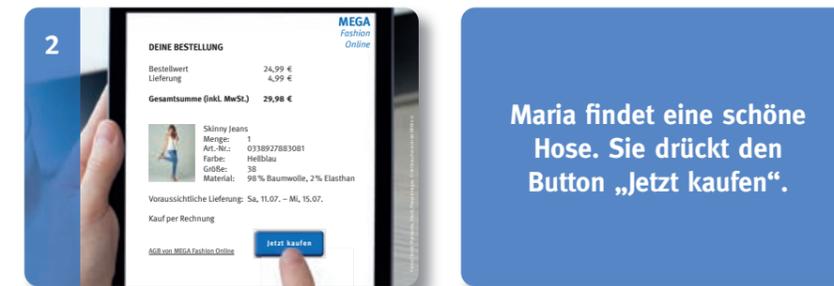
Vertrag seine Wirksamkeit, wenn die Eltern weder vorher noch nachher den Kauf genehmigen. Bestellt ein Kind heimlich eine Ware im Internet, fällt dies nicht unter den sogenannten „Taschengeldparagraphen“ und die Eltern können den Vertrag unwirksam machen, indem sie dem Unternehmen mitteilen, dass sie die Genehmigung verweigern.



Nähere Informationen unter <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/geschaeftsfaehigkeit-was-duerfen-kinder-im-internet-einkaufen-8377>

**Material**

**Abb. 1.1** Bildergeschichte 2 (2 Karten, Format: DIN A5)



**Abb. 1.2** Bildkarten „Vertrag per Klick: ja“ und „Vertrag per Klick: nein“ (2 Karten, Format: DIN A4)



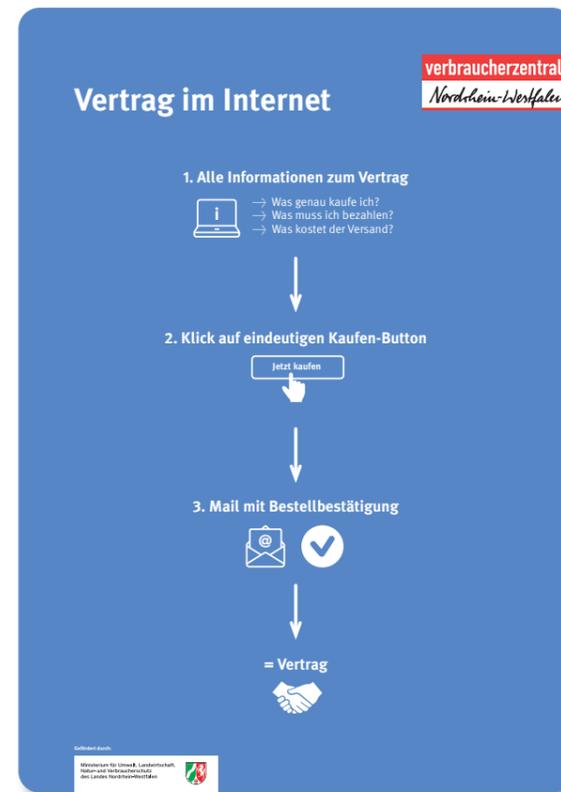
Abb. 1.3 Beispiele für Buttons (11 Karten, Format: 148 x 52 mm)



Abb. 1.4 Kernbotschaft 1 (Format: DIN A4)



Abb. 1.5 Lernplakat „Vertrag im Internet“ (Format: DIN A3)



## AUFGABE 2

Kernbotschaften:

- **Ich habe im Internet eingekauft. Ich kann die Ware zurücksenden.**
- **Ich habe einen Vertrag im Internet geschlossen. Ich kann den Vertrag widerrufen.**

### ... Ziele

Die Teilnehmenden klären, dass sie im Internet gekaufte Ware zurücksenden können. Die Teilnehmenden lernen, dass sie einen Vertrag, den sie online abgeschlossen haben, widerrufen können. Die Teilnehmenden wissen, dass ihr Widerrufsrecht mindestens 14 Tage gilt. Die Teilnehmenden können die Widerrufsfrist berechnen. Die Teilnehmenden entwerfen eine Widerrufserklärung.

### ... Ablauf

#### EINSTIEG INS THEMA

Die Lehrkraft kommt auf Maria zurück und berichtet: Maria bekommt ein paar Tage später ein Päckchen. In dem Päckchen liegt ihre neue Hose (Bildergeschichte 3, Abb. 2.1). Maria nimmt die Hose aus dem Paket und schaut sich die Hose an. Maria gefallen die Farbe und der Stoff nicht. Maria ist enttäuscht. Die Hose sah auf dem Bild so gut aus (Bildergeschichte 4, Abb. 2.2). Maria möchte die Hose nicht haben.

#### IMPULSFRAGE

- „Maria möchte die Hose nicht. Was kann Maria tun?“

#### IDEENSAMMLUNG UND ZUSAMMENFASSUNG

Die Lehrkraft sammelt die Ideen der Teilnehmenden und bestätigt, dass Maria die Hose zurückschicken kann.

#### PRÄSENTATION DER KERNBOTSCHAFT

Die Lehrkraft hängt die zweite Kernbotschaft „Ich habe im Internet eingekauft. Ich kann die Ware zu-

rücksenden.“ (Abb. 2.3) unter die erste.

#### IMPULSFRAGEN

Maria will die Hose zurückschicken.

- „Wohin schickt Maria das Päckchen?“
- „Worauf muss Maria achten?“

#### IDEENSAMMLUNG UND ZUSAMMENFASSUNG

Die Lehrkraft sammelt die Ideen der Teilnehmenden und fasst zusammen, dass Maria das Päckchen an den Online-Händler zurückschickt.

#### HINWEIS

Im Internet ist ein Kaufvertrag geschlossen worden. Anders als beim Kauf im Laden, kann der Verbraucher eine Ware, die er im Internet gekauft hat, zurückgeben. Der Verbraucher muss den Vertrag, den er geschlossen hat, wieder lösen. Er muss den Vertrag widerrufen. Die Rücksendung der Ware alleine reicht nicht aus!

#### IMPULSFRAGE

- „Muss Maria noch etwas machen?“

Die Lehrkraft unterstützt die Teilnehmenden mit dem Hinweis: Maria hat mit dem Online-Händler einen Vertrag geschlossen. Maria muss den Vertrag widerrufen.

#### HINWEIS

Bei Einkäufen im Internet hat der Kunde ein 14-tägiges Widerrufsrecht. Der Kunde kann den Vertrag ohne Angabe von Gründen lösen.



#### VISUALISIERUNG ZUM 14-TÄGIGEN WIDERRUFSRECHT

Die Lehrkraft hängt den Zeitstrahl (Abb. 2.4) an die Tafel. Sie wiederholt, dass Maria 14 Tage Widerrufsrecht hat. Die Lehrkraft beginnt mit dem ersten Szenario:

- Maria kauft im Internet eine Hose. Sie hängt die Pfeilkarte „Vertragsabschluss“ (Abb. 2.5) auf die Zeiteiste (erster Tag). Maria erhält ordnungsgemäß mit dem Vertragsabschluss die „Widerrufsbelehrung“ (Abb. 2.6). Die Lehrkraft hängt die Pfeilkarte „Widerrufsbelehrung“ zu der Karte „Vertragsabschluss“. Maria bekommt die Hose am 7. Tag mit der Post. Die Lehrkraft platziert die Pfeilkarte für die Lieferung

(Abb. 2.7) auf dem Zeitstrahl (siebter Tag).

Die Lehrkraft fragt: „Wann beginnt die Widerrufsfrist und wann endet sie?“ Die Lehrkraft sammelt die Antworten und wiederholt noch einmal: Die Frist beginnt am 7. Tag und endet am 21. Tag. Sie visualisiert die Widerrufsfrist mit den beiden Pfeilkarten „Start Widerrufsfrist“ und „Ende Widerrufsfrist“ (Abb. 2.8).

- Zweites Szenario: Die Lehrkraft bittet eine Teilnehmende/einen Teilnehmenden an die Tafel und berichtet, dass Maria am ersten Tag die Hose kauft. Die/der Teilnehmende hängt die Karte „Vertragsabschluss“ an die Tafel (erster Tag). Maria bekommt am 7. Tag ein Paket. Im Paket sind die Hose und die Widerrufsbelehrung. Die/der Teilnehmende hängt die Karten „Widerrufsbelehrung“ und „Lieferung“ an den 7. Tag. Die Lehrkraft fragt, wann die Widerrufsfrist beginnt und wann sie endet. Die/der Teilnehmende bringt die Karten „Start“ und „Ende Widerrufsfrist“ an. Die Lehrkraft wiederholt, dass die Widerrufsfrist am 7. Tag beginnt und am 21. Tag endet.
- Drittes Szenario: Die Lehrkraft bittet eine weitere Person an die Tafel und berichtet, dass Maria die Hose am ersten Tag kauft. Am siebten Tag bekommt Maria das Paket mit der Hose. Maria bekommt am neunten Tag die Widerrufsbelehrung. Die/der Teilnehmende hängt die Pfeilkarten an die Zeitleiste. Die Lehrkraft fragt nach Beginn und Ende der Widerrufsfrist und fasst zusammen. Die Widerrufsfrist beginnt am 9. Tag und endet am 23. Tag.



#### DIFFERENZIERÜBUNG IN KLEINGRUPPEN

Die Lehrkraft bildet Kleingruppen. Jede Gruppe erhält eine Zeitleiste und die Symbole sowie drei Karten (Abb. 2.9) mit den obigen Szenarien. In den Kleingruppen werden die Szenarien diskutiert und auf der Zeitleiste dargestellt. Die Lehrkraft geht in die Kleingruppen, sie unterstützt und korrigiert gegebenenfalls.



#### KLEINGRUPPENARBEIT ZUR WIDERRUFSERKLÄRUNG

Die Lehrkraft bildet Kleingruppen und bittet darum, dass die Teilnehmenden für Maria eine Wi-

derrufserklärung entwerfen. Die Teilnehmenden erhalten die Bestätigungsmail des Online-Händlers (Abb. 2.10), die Maria nach dem Kauf erhalten hat.

#### ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

Die Kleingruppen haben die Möglichkeit ihre Versionen vorzutragen. Die Lehrkraft korrigiert und fixiert den richtigen Text an der Tafel (Abb. 2.11). Die Teilnehmenden erhalten den Musterbrief „Widerruf gekaufte Ware“ (Abb. 2.12).

Die Lehrkraft hängt das Lückentextplakat „Widerruf“ (Abb. 2.13) an die Tafel. Die Lehrkraft bittet eine Teilnehmende/einen Teilnehmenden an die Tafel und fordert sie/ihn auf, die erste Lückentextkarte (Abb. 2.14) korrekt einzusetzen. Auf Vorder- und Rückseite der Karte sind unterschiedliche Textversionen aufgedruckt. Auch für die weiteren 4 Karten bittet die Lehrkraft jeweils Teilnehmende an die Tafel. Die Lehrkraft unterstützt und erklärt den Vorgang:

Für Kaufverträge, die im Internet abgeschlossen werden, gilt ein Widerrufsrecht. Dieses Widerrufsrecht gilt 14 Tage. Die 14 Tage beginnen, wenn der Käufer die komplette Bestellung erhalten hat. Ist der Käufer nicht über sein Widerrufsrecht belehrt worden, dann verlängert sich die Widerrufszeit.

Widerrufen ist ganz einfach. Eine Kundin kauft ein paar Schuhe im Internet. Sie bekommt die Schuhe. Die Schuhe gefallen ihr nicht. Die Kundin informiert den Verkäufer und teilt mit, dass sie den Vertrag widerruft und die Schuhe zurückschickt. Die Kundin bewahrt die Widerrufserklärung als Kopie und den Beleg der Post für das Päckchen auf. Es ist so, als hätte die Kundin den Vertrag nie geschlossen. Der Verkäufer bekommt die Schuhe zurück. Wenn die Kundin schon bezahlt hat, bekommt die Kundin ihr Geld zurück.

#### HINWEIS

Das Porto für die Rücksendung muss die Kundin nur dann nicht bezahlen, wenn es in den AGB steht. Kommt die Ware beim Verkäufer beschädigt an, haftet die Kundin nicht. Der Verkäufer trägt das Risiko.

**PRÄSENTATION DER KERNBOTSCHAFT**

Die Lehrkraft hängt die dritte Kernbotschaft „Ich habe einen Vertrag im Internet geschlossen. Ich kann diesen Vertrag widerrufen.“ (Abb. 2.15) unter die anderen.

Die Lehrkraft kommt zurück zu Maria und fährt mit der Bildergeschichte fort. Maria hat den Vertrag schriftlich widerrufen (Bildergeschichte 5, Abb. 2.16). Sie schickt das Päckchen zurück zum Online-Händler (Bildergeschichte 6, Abb. 2.17). Maria sucht aber immer noch eine Hose und findet einen Shop mit Super-Preisen (Bildergeschichte 7, Abb. 2.18).

**i** **Verträge, die im Internet, am Telefon oder an der Wohnungstür geschlossen werden, können ohne Angabe von Gründen rückgängig gemacht werden.** Das sogenannte Widerrufsrecht gilt in der Regel 14 Tage nach Abschluss des Vertrages oder nach dem Erhalt der Ware. **Der Widerruf muss dem Vertragspartner mitgeteilt werden. Die Rücksendung der Ware alleine reicht nicht aus!**

Der Widerruf kann anhand eines Widerrufsformulars des Händlers oder mit einem Musterbrief ausgesprochen werden. Der Widerruf erfolgt am besten in Textform, weil er so nachgewiesen werden kann. Als Nachweis kann ein Brief per Einwurf-Einschreiben oder ein Fax mit Sendebericht dienen.

Die 14-tägige Frist beginnt frühestens mit Erhalt der Widerrufsbelehrung. Wenn Sie Ware bestellt haben, beginnt die Frist mit dem Tag, an dem Sie die Waren komplett erhalten haben. Bei der Frist werden der Tag des Fristbeginns, Wochenenden und Feiertage mitgezählt. Aber die Frist kann nicht an Samstagen, Sonn- und Feiertagen enden. Die Frist endet erst am darauffolgenden Werktag.

**Das Widerrufsrecht entfällt bei Waren, die auf meine Bedürfnisse zugeschnitten sind** (Beispiel: maßgeschneiderte Kleidung, Fotobücher, personalisierte Handyhüllen). Der Händler kann sie kaum weiterverkaufen. Waren, die schnell verderben, sind vom Widerrufsrecht auch ausgeschlossen (Beispiel: Joghurt, Frischmilch). Verträge zu Zeitschriften, Zeitungen im ABO sowie Tickets mit bestimmten Terminen können nicht widerrufen werden.

@ Nachzulesen unter <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/vertraege-reklamation/kundenrechte/vertrag-widerrufen-wann-das-geht-und-wie-sie-einen-widerruf-erklaren-5117>

Der Händler muss die Ware bei Widerruf auch dann zurücknehmen, wenn die Originalverpackung beschädigt oder nicht mitgeschickt wird. Bei manchen Warengruppen kann das Widerrufsrecht erlöschen. Zu denken ist hier an versiegelte Ware wie Hygieneartikel, versiegelte CDs u.ä.

@ <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/muss-ich-online-bestellte-ware-in-der-originalverpackung-zurueckschicken-28096>

Der Widerruf macht den Vertrag unwirksam. Sie schicken die Ware zurück. Der Händler erstattet Ihnen den Kaufpreis und das Porto für die Lieferung, das Sie an ihn gezahlt haben. Die Rücksendungskosten bezahlt der Händler in der Regel nicht. Es sei denn der Händler hat dies ausdrücklich erklärt.

@ Nachzulesen unter <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/vertraege-reklamation/kundenrechte/vertrag-widerrufen-wann-das-geht-und-wie-sie-einen-widerruf-erklaren-5117>

**Material**

Abb. 2.1 Bildergeschichte 3 (2 Karten, Format: DIN A5)



Abb. 2.2 Bildergeschichte 4 (2 Karten, Format: DIN A5)



Abb. 2.3 Kernbotschaft 2 (Format: DIN A4)

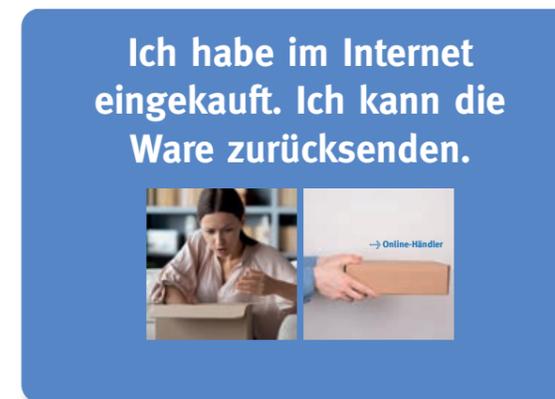
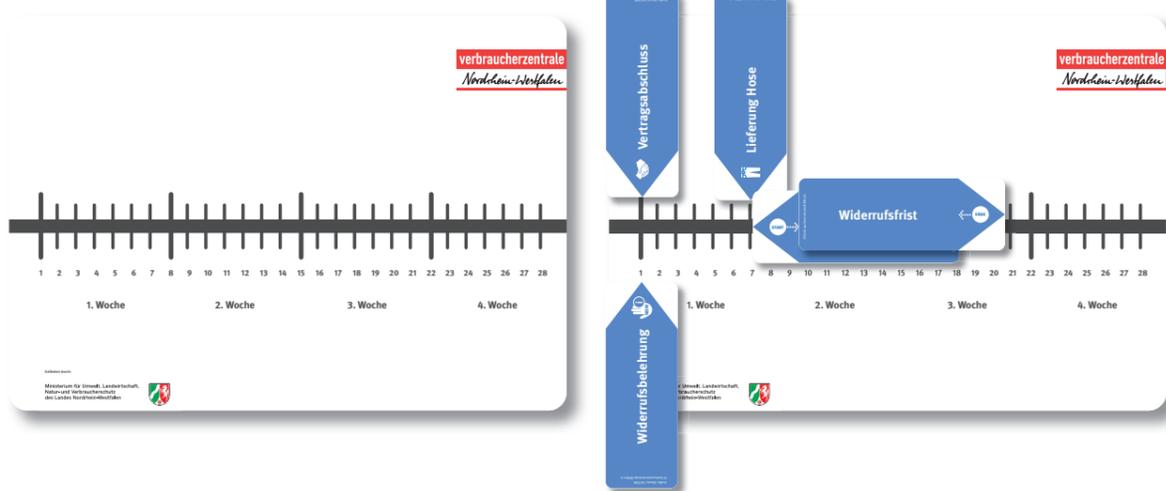


Abb. 2.4 Zeitstrahl (Format: DIN A3)



Anlegen der Pfeilkarten an Zeitstrahl (Beispiel)

Abb. 2.9 3 Szenarien zur Widerrufsfrist (3 Karten, Format: DIN A5)

**Szenario 1**

Maria kauft am 1. Tag im Monat eine Hose im Internet. Maria bekommt beim Kauf die Widerrufsbelehrung. Am 7. Tag bekommt Maria die Hose mit der Post.

→ Wann beginnt die Widerrufsfrist?  
→ Wann ist die Widerrufsfrist zu Ende?

**Szenario 2**

Maria kauft am 1. Tag im Monat eine Hose im Internet. Am 7. Tag bekommt Maria ein Paket. Im Paket liegen eine Hose und eine Widerrufsbelehrung.

→ Wann beginnt die Widerrufsfrist?  
→ Wann ist die Widerrufsfrist zu Ende?

**Szenario 3**

Maria kauft am 1. Tag im Monat eine Hose im Internet. Am 7. Tag bekommt Maria ein Paket. Im Paket liegt eine Hose. Am 9. Tag bekommt sie eine Widerrufsbelehrung.

→ Wann beginnt die Widerrufsfrist?  
→ Wann ist die Widerrufsfrist zu Ende?

Abb. 2.5 Pfeilkarte „Vertragsabschluss“ (Format: 148 x 52 mm)



Abb. 2.10 Bestätigungsmail des Anbieters (Format: DIN A4)

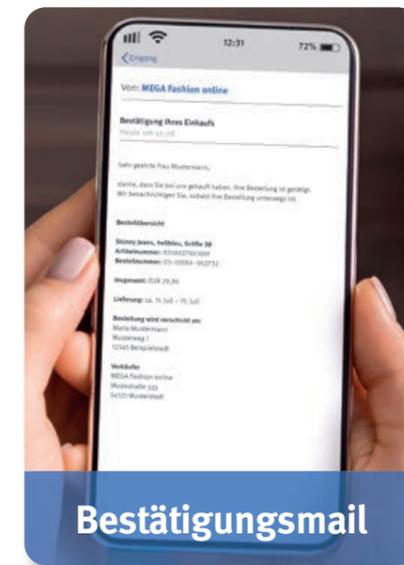


Abb. 2.6 Pfeilkarte „Widerrufsbelehrung“ (Format: 148 x 52 mm)

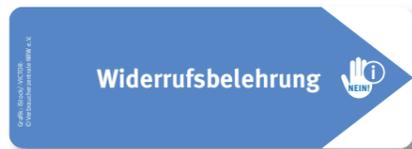


Abb. 2.7 Pfeilkarte „Lieferung Hose“ (Format: 148 x 52 mm)



Abb. 2.8 Pfeilkarten „Start Widerrufsfrist“ und „Ende Widerrufsfrist“ (2 Karten, Format: 148 x 52 mm)





Abb. 2.16 Bildergeschichte 5 (2 Karten, Format: DIN A5)



Abb. 2.17 Bildergeschichte 6 (2 Karten, Format: DIN A5)



Abb. 2.18 Bildergeschichte 7 (2 Karten, Format: DIN A5)



## AUFGABE 3

Kernbotschaft: **Ich muss beim Einkauf im Internet auf die richtige Zahlungsart achten.**

### ... Ziele

Die Teilnehmenden entdecken, dass es verschiedene Zahlungsarten im Internet gibt. Die Teilnehmenden unterscheiden sichere und unsichere Zahlungsarten. Die Teilnehmenden lernen, dass es beim Einkauf im Internet oft keinen direkten Ansprechpartner gibt.

### ... Ablauf

#### EINSTIEG INS THEMA

Maria ist begeistert und kauft zwei Hosen, weil die Hosen sehr billig sind. Maria bezahlt die Hosen sofort (Bildergeschichte 8, Abb. 3.1). Maria bekommt ein Paket. In dem Paket ist nur eine Hose (Bildergeschichte 9, Abb. 3.2). Maria fragt Max, was sie tun kann (Bildergeschichte 10, Abb. 3.3)

#### ROLLENSPIELE ZUM THEMA „ANSPRECHPARTNER BEIM EINKAUF“

Die Lehrkraft bereitet zwei Rollenspiele vor (Anleitung für das Rollenspiel, Abb. 3.4). Drei Teilnehmende schlüpfen in die Rollen „Maria“, „Laden“ und „Max“. Anhand der Figurenkarten (Abb. 3.5) können die Rollen verteilt oder von den Teilnehmenden ausgewählt werden. Die Teilnehmenden erhalten je eine Rollenspielablaufkarte (Abb. 3.6), auf der ihre Rolle farblich gekennzeichnet ist. Die Teilnehmenden spielen die erste Situation im Geschäft und im Café.

Die Lehrkraft verteilt für das zweite Rollenspiel die Rollen. Hier spielen Maria, Online-Händler und Max. Die Teilnehmenden spielen die Rollen und fordern danach die anderen auf, sie bei der Problemlösung zu unterstützen.

#### IMPULSFRAGEN

- „Was kann Maria jetzt tun?“

- „Kennen Sie dieses Problem? Können Sie helfen?“

#### ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

Die Lehrkraft sammelt die Ideen der Teilnehmenden und fasst zusammen: Wenn Maria im Geschäft kauft, hat sie dort einen direkten Ansprechpartner. Sie kann vor Ort mit der Verkäuferin sprechen. Beim Kauf im Internet gibt es selten einen direkten Ansprechpartner. Die Lehrkraft berichtet, dass Maria die Hose zurückschicken kann und den Vertrag widerrufen kann. Maria muss das Porto bezahlen. Maria hat die Hosen schon bezahlt. Maria muss die Zahlung vom Onlineshop zurückfordern. Das kann schwierig werden.

#### HINWEIS

Maria hat mit Sofortüberweisung bezahlt. Eine Zahlung per (Sofort-)Überweisung ist unsicher. Eine Überweisung kann ich nicht rückgängig machen!

#### GESPRÄCH IM PLENUM

Die Lehrkraft fordert die Teilnehmenden auf zu erzählen, welche Zahlungsarten sie kennen und sammelt diese an der Tafel. Die Lehrkraft hängt das Lernplakat „Zahlungsarten“ (Abb. 3.8) an die Tafel.

#### KLEINGRUPPENARBEIT ZU ZAHLUNGSARTEN

Die Lehrkraft bildet Kleingruppen und verteilt an alle Gruppen ein Tischset zu den Zahlungsarten sowie grüne und rote Pfeile (Abb. 3.9). Die Teilnehmenden sollen in den Kleingruppen diskutieren, welche Zahlungsarten im Onlinehandel sicher sind und welche unsicher sind.

#### GESPRÄCH IM PLENUM

Die Teilnehmenden kommen ins Plenum zurück und berichten, welche Zahlungsmöglichkeiten „sicher“ und „nicht sicher“ eingestuft worden sind. Die Lehrkraft korrigiert die Ergebnisse und fügt die Pfeile am Lernplakat an der Tafel an die richtigen Stellen ein.

#### ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

Die Lehrkraft fasst noch einmal zusammen, dass beim Einkauf im Internet verschiedene Zahlungs-

arten zur Auswahl stehen. Die Zahlungsarten „Erhalt einer Rechnung“ und „Erteilung einer Einzugsermächtigung“ sind am sichersten und sollten ausgewählt werden. Stellt ein Händler diese Zahlungsarten nicht zur Verfügung, sollte bei diesem Händler besser nicht gekauft werden.

#### PRÄSENTATION DER KERNBOTSCHAFT

Die Lehrkraft hängt die vierte Kernbotschaft „Ich muss beim Einkauf im Internet auf die richtige Zahlungsart achten.“ (Abb. 3.10) unter die anderen.

**i** Beim Einkauf im Internet kann der Verbraucher normalerweise zwischen verschiedenen Zahlungsarten wählen – er hat aber kein Recht auf diese Wahl. **Die Zahlungsarten sind unterschiedlich sicher.** Die sichersten Arten sind „Erhalt einer Rechnung“ oder die „Erteilung einer Einzugsermächtigung“. Diese beiden Zahlungsarten haben den Vorteil, dass man nicht das Risiko eingeht, keine, falsche oder fehlerhafte Ware zu bekommen und sein Geld zurückfordern zu müssen. Denn eine Rechnung wird erst bezahlt, wenn die Ware angekommen ist. Ich kann die Ware somit vor dem Bezahlen prüfen. Bei einer Einzugsermächtigung kann ich

dem Bankeinzug innerhalb von acht Wochen nach der Belastung meines Kontos widersprechen. Die Bank holt das Geld zurück.

Bei allen anderen Zahlungsarten laufe ich in ein erhöhtes Risiko. Wenn mir die kostenpflichtig bestellte Ware nicht gefällt, muss ich den bereits bezahlten Geldbetrag vom Händler zurückfordern. Dies kann mühsam sein.

**@** Nachzulesen unter <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/welche-zahlungsmethoden-im-internet-sind-sicher-waerfen-sie-kosten-8368>

Die Zahlungsart „Zahlen auf Rechnung“ beim Unternehmen direkt<sup>2</sup> ist besonders vorteilhaft, weil die Vorkasse ausgeschlossen wird. Die Ware kommt und wird danach bezahlt. Doch die Rechnung muss pünktlich bezahlt werden, sonst drohen Mahn- und Inkassokosten.

**@** Nachzulesen unter <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/onlineshopping-bei-wenigen-bezahlverfahren-werden-gebuehren-faellig-33153>

Abb. 3.2 Bildergeschichte 9 (2 Karten, Format: DIN A5)



Maria bekommt ein Paket. In dem Paket ist nur eine Hose.

Abb. 3.3 Bildergeschichte 10 (2 Karten, Format: DIN A5)



Maria fragt Max: „Was kann ich tun?“

Abb. 3.4 Anleitung zu den Rollenspielen (Format: DIN A4)

### Anleitung Rollenspiel Ansprechpartner beim Einkauf

Die Teilnehmenden spielen zwei Kaufsituationen: eine in einem Laden und eine im Internet. Sie sollen lernen, dass sie beim Kauf im Laden einen direkten Ansprechpartner haben, mit dem bzw. der sie vor Ort sprechen können, wenn es ein Problem gibt. Im Internet ist das meist nicht so. Bei Online-Einkäufen kann es beispielsweise schwierig werden, bei Widerruf eine schon geleistete Zahlung vom Online-Händler zurückzubekommen. Pro Kaufsituation werden drei Teilnehmende ausgewählt: Jeweils eine Person spielt Maria, jeweils eine spielt Max und die dritte Rolle ist im ersten Rollenspiel eine Ladenverkäuferin/verkäufer, im zweiten ist es eine Figur, die den Online-Shop repräsentiert. Die ausgewählten Teilnehmenden erhalten die entsprechenden Figurenkarten und die Instruktionkarten für ihre jeweilige Rolle. Auf den Instruktionkarten ist der Ablauf des gesamten Rollenspiels beschrieben. Die eigene Rolle ist farblich hervorgehoben.

**Für das Rollenspiel 1 benötigt man:**

- 3 Figurenkarten: Maria, Max, Ladenverkäuferin/-verkäufer
- 1 Tisch als Verkaufstresen im Laden
- 2 Hosen
- 1 Tüte
- Spielgeld (50 Euro)
- Karte „Kassenquittung“
- 1 Tisch mit 2 Stühlen als Café

**Für das Rollenspiel 2 benötigt man:**

- 3 Figurenkarten: Maria, Max, Online-Händlerin/-Händler
- 2 Plakate „Fake-Shop“
- 1 Memory-Bildkarte „Sofortüberweisung“
- 1 Handy der Figur „Online-Shop“
- 1 Paket, in dem 1 Hose ist
- 1 Tisch mit 2 Stühlen als Marias Wohnung

**Nun spielen die Teilnehmenden 2 Kaufsituationen:**

**Kaufsituation 1**  
Maria ist in der Stadt und kauft sich zwei neue Hosen. Die Verkäuferin gibt Maria die Tüte. Danach trifft sich Maria mit ihrem Freund Max zum Kaffee trinken. Maria will Max die neuen Sachen zeigen. In der Tüte ist nur eine Hose. Max fordert Maria auf, zurück in das Geschäft zu gehen. Maria geht zur Verkäuferin zurück und erklärt, dass sie die zweite Hose nicht eingepackt hat. Maria zeigt die Tüte und den Kassenschein. Die Verkäuferin entschuldigt sich, weil sie die Hose vergessen hat. Die Verkäuferin gibt Maria die Hose.

**Kaufsituation 2**  
Maria bestellt im Internet zwei Hosen. Sie bezahlt die Hosen sofort. Einige Tage später bekommt Maria ein Paket mit nur einer Hose. Das erzählt sie ihrem Freund Max. Maria fragt Max, was sie machen soll. Max und Maria gehen auf die Seite des Online-Shops. Sie suchen das Impressum und Kontaktmöglichkeiten. Max und Maria finden nichts. Maria fragt ihre Mitschülerinnen und Mitschüler, was sie jetzt machen sollen.

### Material

Abb. 3.1 Bildergeschichte 8 (2 Karten, Format: DIN A5)



Maria bestellt zwei Hosen. Maria bezahlt die Hosen sofort.

<sup>2</sup> Zahlung auf Rechnung kann direkt mit dem Unternehmen oder über einen externen Zahlungsdienstleister erfolgen. Letzteres kann insbesondere dann zu Problemen führen, wenn der Käufer die Ware nicht vollständig oder nicht mangelfrei erhalten hat. Schickt der Verbraucher die Ware zurück und bezahlt die Rechnung nicht, erfüllt er den Vertrag mit dem externen Zahlungsdienstleister nicht.

Abb. 3.5 Figurenkarten (4 Karten, Format: DIN A4)

**Maria**

**Max**

**Laden**  
(Verkäuferin/Verkäufer)

**Online-Shop**  
(Online-Händlerin/-Händler)

Scene 1

**Max**

**Maria** Sie sind in einem Laden. Gehen Sie mit zwei Hosen zur Verkäuferin/zum Verkäufer. Sagen Sie: „Ich möchte diese zwei Hosen kaufen.“

**Laden** Nehmen Sie die zwei Hosen und legen sie auf den Tisch. Sagen Sie zu Maria: „50 Euro, bitte!“

**Maria** Geben Sie der Verkäuferin/dem Verkäufer 50 Euro.

**Laden** Packen Sie eine Hose in die Tüte. Die andere Hose bleibt auf dem Tisch. Geben Sie Maria die Tüte. Geben Sie Maria den Kassenbon.

Gehen Sie mit der Tüte in das Café. Setzen Sie sich zu Max.

**Maria** Begrüßen Sie Maria. Fragen Sie Maria: „Was ist in der Tüte?“

**Max** Holen Sie die Hose aus der Tüte. Sagen Sie: „Ich habe zwei Hosen gekauft! Wo ist die zweite Hose?“

**Maria** Antworten Sie Maria: „Du musst zurück in den Laden gehen!“

**Maria** Gehen Sie zur Verkäuferin/zum Verkäufer. Sagen Sie: „Ich habe zwei Hosen bezahlt. Es ist nur eine Hose in der Tüte!“ Zeigen Sie der Verkäuferin/dem Verkäufer die Tüte und geben Sie ihr/ihm den Kassenbon.

**Laden** Schauen Sie in die Tüte. Schauen Sie auf den Kassenbon. Zeigen Sie auf die zweite Hose auf dem Tisch. Sagen Sie zu Maria: „Entschuldigung, ich habe die zweite Hose vergessen.“ Geben Sie Maria die zweite Hose.

Scene 2

**Maria** Kaufen Sie im Online-Shop zwei Hosen (zeigen Sie die Karte „Fake-Shop“). Sagen Sie zur Gruppe: „Ich kaufe zwei schöne Hosen! Ich bezahle die Hosen per Sofortüberweisung.“ (zeigen Sie die Bildkarte „Sofortüberweisung“).

**Online-Shop** Schauen Sie auf Ihr Handy. Sagen Sie: „Das Geld ist auf dem Konto.“ Geben Sie der Lehrkraft das Paket. Gehen Sie weg und verstecken sich im Raum.

**Maria** Sie sitzen mit Max in der Wohnung. Die Lehrkraft bringt Ihnen das Paket. Holen Sie die Hose aus dem Paket. Sagen Sie zu Max: „Es ist nur eine Hose im Paket! Wo ist die zweite Hose?“

**Max** Sagen Sie zu Maria: „Du musst den Online-Shop fragen!“

**Maria** Schauen Sie zusammen mit Max auf die Karten „Fake-Shop“.

**Max** Schauen Sie zusammen mit Maria auf die Karten „Fake-Shop“. Zeigen Sie auf das Impressum: „Es gibt keine Telefonnummer, keine E-Mail-Adresse und keine Adresse.“

**Maria** Zeigen Sie auf die Zeile „Kontakt“: „Es gibt keine Telefonnummer, keine E-Mail-Adresse und keine Adresse.“ Fragen Sie die Gruppe: „Was soll ich jetzt machen?“

Scene 2

**Online-Shop (Online-Händlerin/-Händler)**

**Maria** Kaufen Sie im Online-Shop zwei Hosen (zeigen Sie die Karte „Fake-Shop“). Sagen Sie zur Gruppe: „Ich kaufe zwei schöne Hosen! Ich bezahle die Hosen per Sofortüberweisung.“ (zeigen Sie die Bildkarte „Sofortüberweisung“).

**Online-Shop** Schauen Sie auf Ihr Handy. Sagen Sie: „Das Geld ist auf dem Konto.“ Geben Sie der Lehrkraft das Paket. Gehen Sie weg und verstecken sich im Raum.

**Maria** Sie sitzen mit Max in der Wohnung. Die Lehrkraft bringt Ihnen das Paket. Holen Sie die Hose aus dem Paket. Sagen Sie zu Max: „Es ist nur eine Hose im Paket! Wo ist die zweite Hose?“

**Max** Sagen Sie zu Maria: „Du musst den Online-Shop fragen!“

**Maria** Schauen Sie zusammen mit Max auf die Karten „Fake-Shop“.

**Max** Schauen Sie zusammen mit Maria auf die Karten „Fake-Shop“. Zeigen Sie auf das Impressum: „Es gibt keine Telefonnummer, keine E-Mail-Adresse und keine Adresse.“

**Maria** Zeigen Sie auf die Zeile „Kontakt“: „Es gibt keine Telefonnummer, keine E-Mail-Adresse und keine Adresse.“ Fragen Sie die Gruppe: „Was soll ich jetzt machen?“

Scene 2

**Max**

**Maria** Kaufen Sie im Online-Shop zwei Hosen (zeigen Sie die Karte „Fake-Shop“). Sagen Sie zur Gruppe: „Ich kaufe zwei schöne Hosen! Ich bezahle die Hosen per Sofortüberweisung.“ (zeigen Sie die Bildkarte „Sofortüberweisung“).

**Online-Shop** Schauen Sie auf Ihr Handy. Sagen Sie: „Das Geld ist auf dem Konto.“ Geben Sie der Lehrkraft das Paket. Gehen Sie weg und verstecken sich im Raum.

**Maria** Sie sitzen mit Max in der Wohnung. Die Lehrkraft bringt Ihnen das Paket. Holen Sie die Hose aus dem Paket. Sagen Sie zu Max: „Es ist nur eine Hose im Paket! Wo ist die zweite Hose?“

**Max** Sagen Sie zu Maria: „Du musst den Online-Shop fragen!“

**Maria** Schauen Sie zusammen mit Max auf die Karten „Fake-Shop“.

**Max** Schauen Sie zusammen mit Maria auf die Karten „Fake-Shop“. Zeigen Sie auf das Impressum: „Es gibt keine Telefonnummer, keine E-Mail-Adresse und keine Adresse.“

**Maria** Zeigen Sie auf die Zeile „Kontakt“: „Es gibt keine Telefonnummer, keine E-Mail-Adresse und keine Adresse.“ Fragen Sie die Gruppe: „Was soll ich jetzt machen?“

Abb. 3.6 Rollenspielablaufkarten (6 Karten, Format: DIN A5)

Scene 1

**Maria**

**Maria** Sie sind in einem Laden. Gehen Sie mit zwei Hosen zur Verkäuferin/zum Verkäufer. Sagen Sie: „Ich möchte diese zwei Hosen kaufen.“

**Laden** Nehmen Sie die zwei Hosen und legen sie auf den Tisch. Sagen Sie zu Maria: „50 Euro, bitte!“

**Maria** Geben Sie der Verkäuferin/dem Verkäufer 50 Euro.

**Laden** Packen Sie eine Hose in die Tüte. Die andere Hose bleibt auf dem Tisch. Geben Sie Maria die Tüte. Geben Sie Maria den Kassenbon.

**Maria** Gehen Sie mit der Tüte in das Café. Setzen Sie sich zu Max.

**Max** Begrüßen Sie Maria. Fragen Sie Maria: „Was ist in der Tüte?“

**Maria** Holen Sie die Hose aus der Tüte. Sagen Sie: „Ich habe zwei Hosen gekauft! Wo ist die zweite Hose?“

**Max** Antworten Sie Maria: „Du musst zurück in den Laden gehen!“

**Maria** Gehen Sie zur Verkäuferin/zum Verkäufer. Sagen Sie: „Ich habe zwei Hosen bezahlt. Es ist nur eine Hose in der Tüte!“ Zeigen Sie der Verkäuferin/dem Verkäufer die Tüte und geben Sie ihr/ihm den Kassenbon.

**Laden** Schauen Sie in die Tüte. Schauen Sie auf den Kassenbon. Zeigen Sie auf die zweite Hose auf dem Tisch. Sagen Sie zu Maria: „Entschuldigung, ich habe die zweite Hose vergessen.“ Geben Sie Maria die zweite Hose.

Scene 1

**Laden (Verkäuferin/Verkäufer)**

**Maria** Sie sind in einem Laden. Gehen Sie mit zwei Hosen zur Verkäuferin/zum Verkäufer. Sagen Sie: „Ich möchte diese zwei Hosen kaufen.“

**Laden** Nehmen Sie die zwei Hosen und legen sie auf den Tisch. Sagen Sie zu Maria: „50 Euro, bitte!“

**Maria** Geben Sie der Verkäuferin/dem Verkäufer 50 Euro.

**Laden** Packen Sie eine Hose in die Tüte. Die andere Hose bleibt auf dem Tisch. Geben Sie Maria die Tüte. Geben Sie Maria den Kassenbon.

**Maria** Gehen Sie mit der Tüte in das Café. Setzen Sie sich zu Max.

**Max** Begrüßen Sie Maria. Fragen Sie Maria: „Was ist in der Tüte?“

**Maria** Holen Sie die Hose aus der Tüte. Sagen Sie: „Ich habe zwei Hosen gekauft! Wo ist die zweite Hose?“

**Max** Antworten Sie Maria: „Du musst zurück in den Laden gehen!“

**Maria** Gehen Sie zur Verkäuferin/zum Verkäufer. Sagen Sie: „Ich habe zwei Hosen bezahlt. Es ist nur eine Hose in der Tüte!“ Zeigen Sie der Verkäuferin/dem Verkäufer die Tüte und geben Sie ihr/ihm den Kassenbon.

**Laden** Schauen Sie in die Tüte. Schauen Sie auf den Kassenbon. Zeigen Sie auf die zweite Hose auf dem Tisch. Sagen Sie zu Maria: „Entschuldigung, ich habe die zweite Hose vergessen.“ Geben Sie Maria die zweite Hose.

Abb. 3.7 Rollenspiel Kassenbon (Format: 74 x 105 mm)

**K&N FASHION**  
Modestraße 12  
23456 Musterstadt  
Tel.: 02222/444444

\*\*\*\*\*

JEANS, DUNKELBLAU	25,00 EUR
JEANS, HELLBLAU	25,00 EUR
-----	
<b>SUMME</b>	<b>50,00 EUR</b>
*****	

Terminal-ID 57893207  
TA-Nr 2202948 BNr 3508

Barzahlung

Datum: 08.07.2020 15.24 Uhr

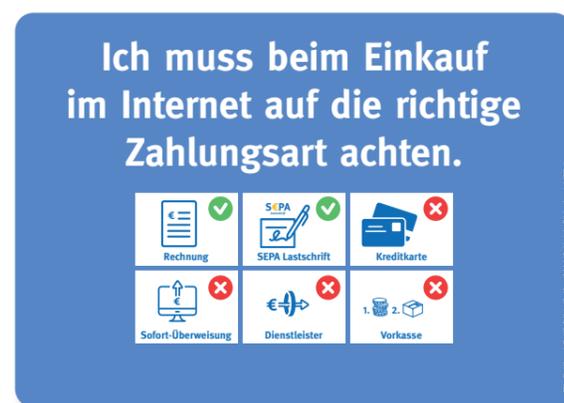
Abb. 3.8 Lernplakat Zahlungsarten (Format: DIN A3)



Abb. 3.9 Pfeilkarten „sichere Zahlungsart“ und „unsichere Zahlungsart“ (jeweils Vorder- und Rückseite, Format: 148 x 52 mm)



Abb. 3.10 Kernbotschaft 4 (Format: DIN A4)



## AUFGABE 4

Kernbotschaft: **Ich kann einen Fake-Shop erkennen.**

### 🎯 Ziele

Die Teilnehmenden erfahren, dass es seriöse und unseriöse Händler im Netz gibt. Die Teilnehmenden unterscheiden vertrauenswürdige und nicht vertrauenswürdige Seiten. Die Teilnehmenden ermitteln Merkmale für einen Fake-Shop.

### 🎯 Ablauf

#### EINSTIEG INS THEMA

Die Lehrkraft fasst noch einmal zusammen, dass Maria zwei Hosen bezahlt hat und nur eine Hose bekommen hat. Maria muss das Geld vom Händler zurückfordern. Das ist mühsam. Vielleicht bekommt Maria ihr Geld auch nicht zurück.

#### 📋 KLEINGRUPPENARBEIT MIT DISKUSSION ZUM THEMA „IM GESCHÄFT ODER IM INTERNET EINKAUFEN“

Die Lehrkraft bildet Kleingruppen und fordert die Teilnehmenden auf zu diskutieren, welche Vorteile und welche Nachteile der Kauf im Geschäft oder im Internet hat.

#### IMPULSFRAGEN

- „Was finden Sie besser, kaufen im Internet oder im Geschäft?“
- „Was ist besser?“
- „Was ist schlechter?“

#### ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE IM PLENUM

Die Teilnehmenden erzählen, welche Vor- und Nachteile sie kennen. Die Lehrkraft schreibt Stichwörter wie „Preisvergleich“, „Bequemlichkeit“, „sofort mitnehmbar“, „anprobieren“ an die Tafel.

#### 📋 KLEINGRUPPENARBEIT ZU EINEM ONLINE-SHOP

Die Teilnehmenden gehen zurück in die Kleingruppen und erhalten eine Nachbildung eines Online-shops (Tischsets für die Gruppenarbeit, Abb. 4.1). Sie sollen diskutieren, ob sie hier etwas einkaufen würden.

#### IMPULSFRAGEN

- „Sie finden diese Seite im Internet. Würden Sie hier etwas kaufen?“
- „Warum würden Sie hier etwas kaufen?“
- „Warum würden Sie hier nichts kaufen?“

#### ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE IM PLENUM

Die Teilnehmenden kommen zurück ins Plenum und berichten aus den Kleingruppen. Die Lehrkraft sammelt die Ideen und berichtet, dass es Fake-Shops gibt. Die Fake-Shops sind gefälschte Internet-Verkaufsplattformen. Die Verbraucher kaufen und sollen sofort bezahlen. Die Verbraucher bekommen keine oder minderwertige Ware.

#### IMPULSFRAGEN

- „Kann man einen Fake-Shop erkennen?“
- „Woran kann ich den Fake-Shop erkennen?“

#### ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

Die Lehrkraft hängt das Lernplakat an die Tafel. Die Merkmale, die von den Teilnehmenden genannt werden, platziert die Lehrkraft auf dem Plakat (Pfeilkarten, Abb. 4.2). Dann ergänzt die Lehrkraft die fehlenden Punkte.

#### PRÄSENTATION DER KERNBOTSCHAFT

Die Lehrkraft hängt die vierte Kernbotschaft „Ich kann einen Fake-Shop erkennen.“ (Abb. 4.3) unter die anderen.

**i** Fake-Shops im Internet sind auf den ersten Blick schwer zu erkennen, weil sie Internetverkaufsplattformen nachbilden. Oft werden real existierende Plattformen kopiert. Der Internetauftritt der Online-Betrüger wirkt auf den ersten Blick seriös.

Passende Produktbilder und Informationen preisen die begehrten Waren an. Erfundene Gütesiegel und aus-

schließlich gute Kundenbewertungen schaffen Vertrauen bei den Verbrauchern.

Auf den Fake-Shop-Seiten werden Waren, die längst vergriffen und nicht mehr erhältlich sind, zu super Billigpreisen angeboten. Die Bezahlung kann ausschließlich als Vorkasse erfolgen. Manchmal werden andere Zahlungsarten zwar aufgeführt, aber nur die Zahlung per Vorkasse funktioniert. **Die betrogenen Verbraucher erhalten entweder keine oder minderwertige Waren.**

**Fake-Shops lassen sich jedoch entlarven, wenn man auf folgende Punkte achtet.**

- **Auffällige Internetadresse**

Die Internetadresse sollte auf Auffälligkeiten hin geprüft werden. Warnzeichen sind Erweiterungen der Adresse um weitere Domainendungen. Anstatt „de“ steht dort „de.com“. Die URL ist oft fehlerhaft. Anstatt der korrekten Schreibweise steht dort „http://“ (richtig wäre „https://“ mit der Abbildung eines Vorhängeschlosses). Zudem sollten URL und Angebotspalette eine hohe Übereinstimmung aufweisen.

- **Zahlungsart und Bestellvorgang**

Sollte die Bezahlung „Vorkasse“ final die einzig mögliche sein, sollte der Verbraucher die Finger von dieser Seite lassen. Die Angabe ausländischer Konten sollten Sie misstrauisch machen. Achten Sie darauf, dass beim Bestellvorgang der Button richtig mit „kaufen“ oder „zahlungspflichtig bestellen“ beschriftet ist.

- **Auffällig günstige Preise**

Fake-Shops bieten zum Teil heiß begehrte Waren zu Top-Preisen an. Diese Schnäppchen meist hochwertiger Waren verlocken die Verbraucher zum Kauf.

- **Falsche Gütesiegel**

Die Qualität des Fake-Shops wird oft durch frei erfundene Gütesiegel angepriesen. Aber auch echte Gütesiegel wie „Trusted Shops“ werden ohne Zertifikat

auf die Internetseite gestellt. Klicken Sie auf das Siegel, so können Sie die Echtheit prüfen. Das Siegel ist mit dem Zertifikat des Siegel-Betreibers verlinkt.

- **Kundenbewertungen**

Finden Sie auf der Internetseite nur hervorragende Kundenbewertungen, kann dies ein Indiz für einen Fake-Shop sein. In den sozialen Medien können Sie eventuell Hinweise zu Kundenbeschwerden des Shops finden. Wenn Verbraucher wiederholt negative Erfahrungen gemacht haben, können Sie dort Beschwerden auffinden.

- **AGB**

Fake-Shops haben frei erfundene oder von anderen Shops kopierte Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB). Sind die AGB in schlechtem Deutsch verfasst, sollten Sie misstrauisch sein. Dies weist oft auf ein Übersetzungsprogramm hin.

- **Impressum**

Es muss ein Impressum geben und aus diesem muss die Unternehmeridentität klar hervorgehen. Name und eine ladungsfähige Adresse – d.h. eine Adresse unter der jemand tatsächlich erreichbar ist – müssen im Impressum stehen. Zur Sicherheit können Sie die Firma im Internet überprüfen. Das schützt Sie, falls eine Adresse angegeben ist, die Firma jedoch gar nicht existiert.

@ Nachzulesen unter <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/abzocke-online-wie-erkenne-ich-fakeshops-im-internet-13166> und <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/trusted-shops-tuev-co-welche-guetesiegel-bei-onlineshops-sind-serioes-6740>

## Material

Abb. 4.1 Nachbildung Fake-Shop (2 Plakate, Format: DIN A3)

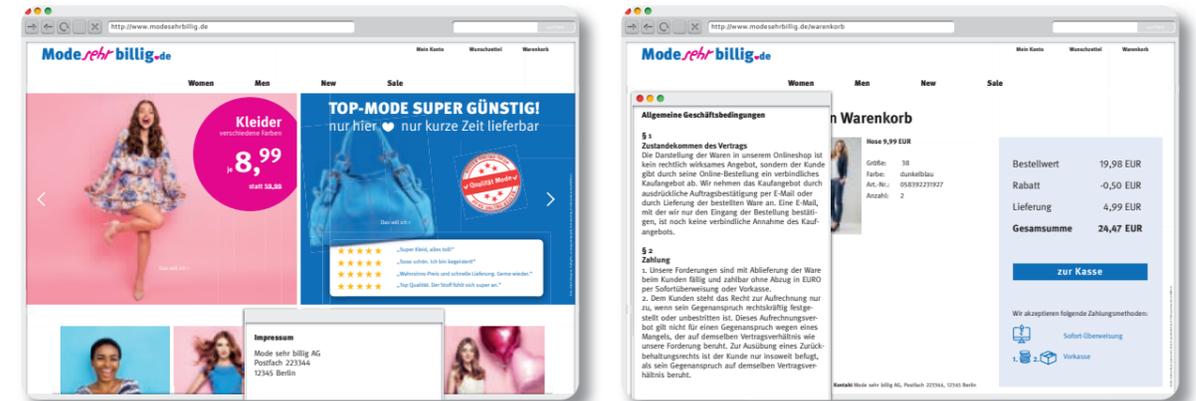


Abb. 4.2 Pfeilkarten „Merkmale Fake-Shop“ (9 Karten, Format: 148 x 52 mm)



Abb. 4.3 Kernbotschaft 5 (Format: DIN A4)



Material

Abb. 5.1 Nachbildung Online-Angebot (Format: DIN A3)

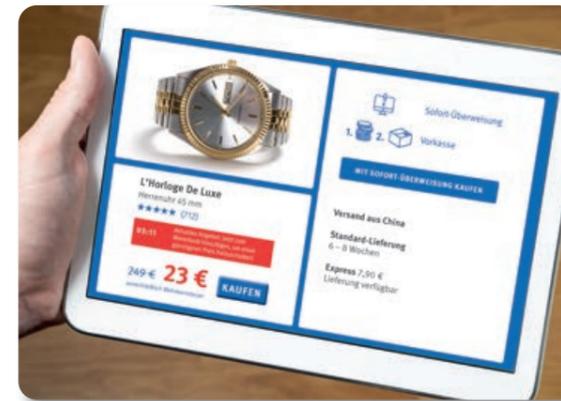
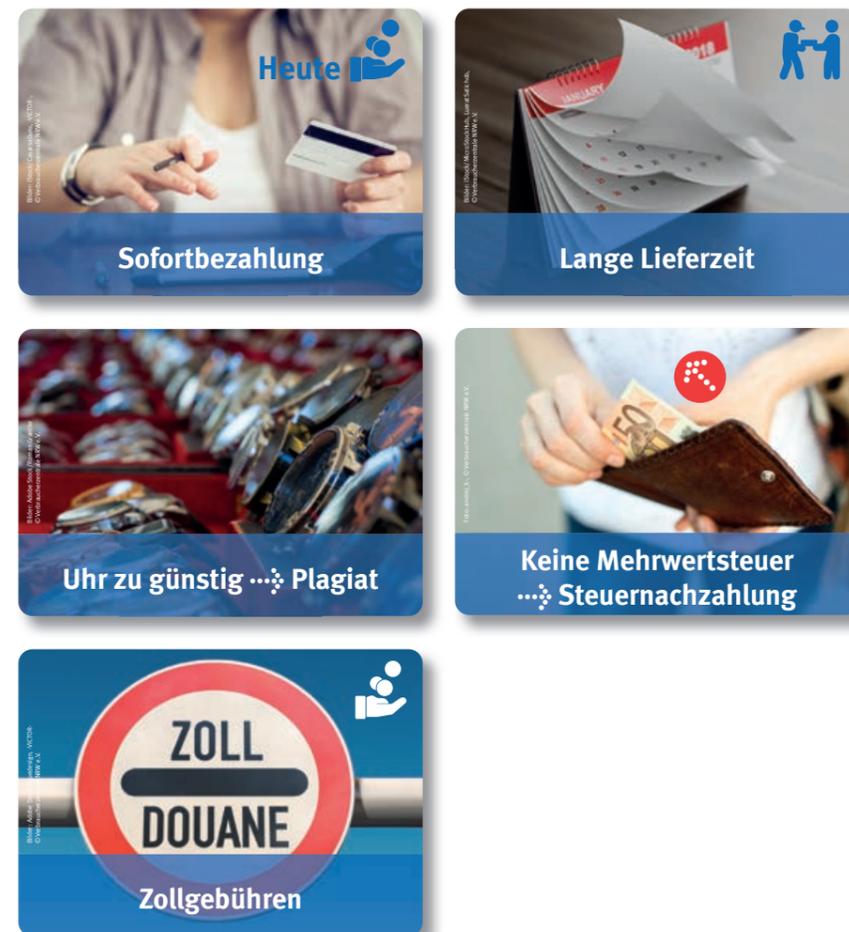


Abb. 5.2 Nachteile des Online-Angebots (5 Karten, Format: DIN A6)



## AUFGABE 5

Kernbotschaft: **Billig einkaufen kann teuer werden!**

Ziele

Die Teilnehmenden lernen Kostenfallen beim Einkaufen im Internet kennen. Die Teilnehmenden setzen sich mit einem Kaufangebot auseinander. Die Teilnehmenden diskutieren Tipps für den Einkauf im Internet.

ABLAUF

**KLEINGRUPPENARBEIT ZUR PRÜFUNG EINES ANGEBOTS**

Die Lehrkraft bildet Kleingruppen und gibt den Teilnehmenden ein Online-Angebot (Abb. 5.1). Die Teilnehmenden sollen bewerten, ob dieses Angebot gut ist.

**IMPULSFRAGEN**

- „Ist das Angebot gut?“
- „Würden Sie diese Uhr bestellen?“

**ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE**

Die Teilnehmenden kommen ins Plenum zurück und berichten aus ihren Gruppen. Die Lehrkraft sammelt die Ideen und ergänzt mögliche Nachteile: Sofortbezahlung, lange Lieferzeit, zu günstig → Plagiat, keine Mehrwertsteuer → Steuernachzahlung, Zollgebühren. Die Lehrkraft hängt die Abbildungen für die Nachteile (Abb. 5.2) an die Tafel und fasst zusammen, dass günstige Angebote im Internet oft mit Zusatzkosten verbunden sind.

**PRÄSENTATION DER KERNBOTSCHAFT**

Die Lehrkraft hängt die fünfte Kernbotschaft „Billig einkaufen kann teuer werden!“ (Abb. 5.3) an die Tafel.

**KLEINGRUPPEN TIPPS ZUM „EINKAUF IM INTERNET“**

Die Lehrkraft bildet Kleingruppen und fordert die Teilnehmenden auf, Tipps für den Einkauf im Internet zusammenzustellen.

**ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE**

Die Teilnehmenden kommen ins Plenum und berichten aus ihren Kleingruppen. Die Lehrkraft schreibt Stichwörter an die Tafel. Danach teilt sie die Checkliste zum „Einkauf im Internet“ (Abb. 5.4) aus.

Abb. 5.3 Kernbotschaft 6 (Format: DIN A4)



Abb. 5.4 Checkliste (Format: DIN A5)



## ZUSATZMATERIAL

### Memory

#### WORTSCHATZÜBUNG ODER WIEDERHOLUNG DES GELERTEN

Das Memory (Abb. 6.1) kann entweder ganz am Ende der Unterrichtseinheit als zusammenfassende Lernkontrolle oder zur Auflockerung zwischendurch eingesetzt werden. Bei starken Gruppen kann man es auch zu Beginn des Unterrichts als Wissensabfrage einsetzen, um so zu erkennen, wie viele Informationen die Teilnehmenden bereits vor der Unterrichtseinheit gesammelt haben.

#### DIFFERENZIERUNGSAUFGABE BEI SCHWÄCHEREN LERNGRUPPEN

Bei schwächeren Gruppen bietet sich die Arbeit in Kleingruppen an. Jede Gruppe erhält ein Kartenset. Die Karten werden offen auf den Tisch gelegt. Die Gruppe muss den richtigen Begriff zum passenden Bild zuordnen.

#### DIFFERENZIERUNG BEI STÄRKEREN LERNGRUPPEN

Die Teilnehmenden arbeiten in Kleingruppen. Jede Gruppe erhält ein Kartenset. Die Karten werden nun verdeckt auf den Tisch gelegt. Eine Spielerin/ein Spieler beginnt und deckt jeweils zwei Karten auf. Begriff und Bild bilden ein Paar. Wenn Begriff und Bild zusammenpassen, nimmt die/der Teilnehmende die Karten und spielt noch einmal. Gewonnen hat, wer die meisten Karten gesammelt hat.

#### DIFFERENZIERUNG BEI KLEINEN LERNGRUPPEN

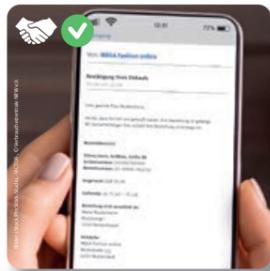
Bei kleineren Gruppen erhält jede/jeder Teilnehmende eine Karte von einem Set. Die Teilnehmenden laufen durch den Raum und müssen ihren jeweiligen Partner suchen (Bewegungsmemory).

Abb. 6.1 Memory (24 Karten, Format: 10,5 x 10,5 cm)





Vertragsbedingungen



Bestellbestätigung



Widerruf



Widerrufsbelehrung



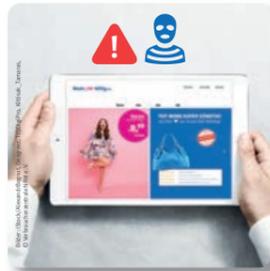
Widerrufsfrist



Zahlungsart



Sofortüberweisung



Fake-Shop

Quizspiel

ÜBUNG ZUR WIEDERHOLUNG DES GELERNTEN ODER ZUR LERNZIELKONTROLLE

Am Ende der Stunde bildet die Lehrkraft Kleingruppen. Jede Kleingruppe erhält einen Satz der Quizkarten (DIN A4, Abb. 6.2) und soll pro Karte

entscheiden, ob die Antwort A, B oder C richtig ist. Die Teilnehmenden diskutieren in ihrer Gruppe, welche Antwort richtig ist. Hiernach treffen sich die Teilnehmenden im Plenum. Die Lehrkraft hängt die Quizkarten (DIN A3) an die Tafel und stellt die Fragen. Die Teilnehmenden geben ihre Lösungen bekannt. Die Lehrkraft korrigiert falls nötig (Lösungskarte, Abb. 6.3).

Abb. 6.2 Quizkarten (10 Karten, Format: DIN A4 und DIN A3)

**1. In einem Online-Shop klicke ich auf den Button „kostenpflichtig bestellen“. Habe ich einen Vertrag abgeschlossen?**

**A** Ja, auf jeden Fall. Ich habe das Angebot des Online-Händlers angenommen.

**B** Ja, wenn ich mindestens 18 Jahre alt bin, im Online-Shop die Vertragsbedingungen erklärt werden und mir der Händler sofort eine Bestellbestätigung per Mail schickt.

**C** Nein. Der Button ist nicht eindeutig beschriftet.

**2. Max bestellt im Internet Schuhe. Er bekommt die Schuhe. Die Schuhe gefallen ihm nicht. Was kann er tun?**

**A** Er kann den Kauf in der Widerrufsfrist widerrufen und die Schuhe zurückschicken. Er muss die Schuhe nicht bezahlen.

**B** Er kann die Schuhe einfach zurückschicken. Er muss die Schuhe nicht bezahlen.

**C** Er hat die Schuhe gekauft. Er muss die Schuhe bezahlen.

3. Wie lange ist die Widerrufsfrist?

verbraucherzentrale  
Nordrhein-Westfalen



- A 8 Tage
- B 14 Tage
- C 30 Tage

4. Was ist eine Widerrufsbelehrung?

verbraucherzentrale  
Nordrhein-Westfalen



- A Das ist ein Service von einem Online-Händler. Die Ware gefällt mir nicht. Ich kann die Ware umtauschen.
- B Ich widerrufe einen Online-Einkauf. Ich bekomme als Bestätigung eine Widerrufsbelehrung.
- C Der Online-Händler gibt mir Informationen zu meinem Recht. Ich kann den Kauf-Vertrag widerrufen.

5. Ich möchte eine Lampe an den Online-Shop zurückschicken. Muss ich das Porto bezahlen?

verbraucherzentrale  
Nordrhein-Westfalen



- A Ja. Ich muss immer das Porto bezahlen, wenn ich etwas zurückschicke.
- B Nein. Der Händler muss das Porto bezahlen, wenn ich etwas zurückschicke.
- C In den AGB steht, wer das Porto bezahlen muss.

6. Bei einem Online-Kauf stehen mehrere Zahlungsarten zur Auswahl. Welche dieser Zahlungsarten ist am sichersten?

verbraucherzentrale  
Nordrhein-Westfalen



- A Rechnung
- B Sofort-Überweisung
- C Kreditkarte

7. Ist eine Einzugsermächtigung eine sichere Zahlungsart?

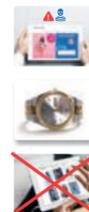
verbraucherzentrale  
Nordrhein-Westfalen



- A Ja. Ich kann dem Bankeinzug innerhalb von acht Wochen widersprechen. Die Bank holt das Geld zurück.
- B Ja. Ich bin zufrieden mit der Ware. Ich überweise das Geld.
- C Nein. Der Online-Händler kann einen falschen Betrag vom Konto abheben.

8. Was ist ein Fake-Shop?

verbraucherzentrale  
Nordrhein-Westfalen



- A Das ist eine gefälschte Webseite im Internet, auf der Waren angeboten werden. Ich werde betrogen. Ich bezahle. Ich bekomme keine Ware.
- B Fakes sind Luxusartikel. Ein Fake-Shop ist ein Online-Shop für Luxusartikel.
- C Das ist ein Laden, der keinen Online-Shop hat.

**9. Ein Online-Shop hat die Internetadresse „http:// ....“. Ist das gut?**

**A** Ja. Mit „http://“ beginnen URLs von deutschen Unternehmen.

**B** Nein. Besser ist „https://“. Dann ist es eine sichere Internet-Verbindung.

**C** Das ist egal.

*verbraucherzentrale  
Nordrhein-Westfalen*

**10. Wie kann ich einen Fake-Shop erkennen?**

**A** Einen Fake-Shop kann ich nicht erkennen.

**B** Die Kunden-Bewertungen sind schlecht. Es ist ein Fake-Shop.

**C** Es gibt keine Telefonnummer und keine E-Mail-Adresse, ich kann nur mit Vorkasse bezahlen, die Preise sind extrem günstig, es gibt nur beste Bewertungen, die Widerrufsbelehrung fehlt. Ich muss vorsichtig sein!

*verbraucherzentrale  
Nordrhein-Westfalen*

Abb. 6.3 Lösungskarte Quizspiel (Format: DIN A4)

**Lösungsblatt Quizspiel**

*verbraucherzentrale  
Nordrhein-Westfalen*

- In einem Online-Shop klicke ich auf den Button „kostenpflichtig bestellen“. Habe ich einen Vertrag abgeschlossen?  
→ B. Ja, wenn ich mindestens 16 Jahre alt bin, um Online-Shops die Vertragsbedingungen erklärt werden und mir der Händler sofort eine Bestellbestätigung per Mail schickt.
- Max bestellt im Internet Schuhe. Er bekommt die Schuhe. Die Schuhe gefallen ihm nicht. Was kann er tun?  
→ A. Er kann den Kauf der Warenabsicht widerrufen und die Schuhe zurückschicken. Er muss die Schuhe nicht bezahlen.
- Wie lange ist die Widerrufsfrist?  
→ B. 14 Tage.
- Was ist eine Widerrufsbelehrung?  
→ C. Der Online-Händler gibt mir Informationen zu meinem Recht, ich kann den Kaufvertrag widerrufen.
- Ich möchte eine Lampe an den Online-Shop zurückschicken. Muss ich das Porto bezahlen?  
→ C. In der AGB steht, wer das Porto bezahlen muss.
- Bei einem Online-Kauf stehen mehrere Zahlungsarten zur Auswahl. Welche dieser Zahlungsarten ist am sichersten?  
→ A. Rechnung.
- Ist eine Einzugermächtigung eine sichere Zahlungsart?  
→ A. Ja, ich kann dem Bankinstitut ausdrücklich mit einer Unterschrift erlauben, das Bank-Geld zurück zu schicken.
- Was ist ein Fake-Shop?  
→ A. Das ist eine gefälschte Website im Internet, auf der Waren angeboten werden. Ich werde betrogen. Ich bezahle, ich bekomme keine Ware.
- Ein Online-Shop hat die Internetadresse „http:// ....“. Ist das gut?  
→ B. Nein. Besser ist „https://“. Dann ist es eine sichere Internet-Verbindung.
- Wie kann ich einen Fake-Shop erkennen?  
→ C. Es gibt keine Telefonnummer und keine E-Mail-Adresse, ich kann nur mit Vorkasse bezahlen, die Preise sind extrem günstig, es gibt nur beste Bewertungen, die Widerrufsbelehrung fehlt. Ich muss vorsichtig sein!

*verbraucherzentrale  
Nordrhein-Westfalen*

Handout

EINSATZ DES HANDOUTS

Das Handout (Abb. 6.4) kann am Ende der Veranstaltung als Zusammenfassung der wichtigsten Aussagen und als Übersicht der Schlüsselbegriffe ausgehändigt werden.

NOTIZEN IN DER HERKUNFTSSPRACHE

Erhalten die Teilnehmenden das Handout bereits zu Beginn der Unterrichtseinheit, besteht die Möglichkeit, dass die Teilnehmenden die Übersetzungen der Begriffe in die Herkunftssprache vornehmen können.

Abb. 6.4 Handout für die Teilnehmenden (8 Seiten, Format: DIN A4)

*verbraucherzentrale  
Nordrhein-Westfalen*

Information zur Unterrichtseinheit: Einkaufen im Internet



## VERANSTALTUNGS- ANGEBOTE

Im Zuge des Projektes finden vorerst bis zum 31.12.2022 weiterhin Veranstaltungen statt, die von Bildungstrainerinnen der Verbraucherzentrale NRW durchgeführt werden. Gerne können Sie diese **Veranstaltungen für Gruppen neu zugewanderter Menschen ab 5 Personen** buchen.

Zudem bieten wir zu den Unterrichtseinheiten **Lehrerfortbildungen – insbesondere für Lehrkräfte im Bereich Deutsch als Zweitsprache/Fremdsprache** – an. Die Fortbildung gibt einen Überblick über die Hürden und Fallstricke neu zugewanderter Menschen in ihrem neuen Konsumalltag. Verbraucherfragen im Unterricht werden identifiziert. Die Lehrkräfte erhalten Tipps für den eigenen Unterricht und lernen die Konzepte sowie Unterrichtsmaterialien der Verbraucherzentrale kennen. Chancen und Herausforderungen verbraucherrechtlicher Inhalte können diskutiert werden. Die Fortbildungen werden als **Präsenzveranstaltung** oder als **Online-Seminar** angeboten.

Weiterhin bieten wir **Fortbildungen für Personen in der Flüchtlingshilfe** an. In dieser Fortbildung informieren wir die Teilnehmenden zu den unterschiedlichen Rechtsauffassungen in den Herkunftsländern, zu den Herausforderungen und Hürden bei der Integration neu zugewanderter Menschen in den hiesigen Konsumalltag. Zudem klären wir über Tricks und Fallen cleverer Geschäftemacher auf. Die Personen im Bereich Integration neu zugewanderter Menschen erfahren zudem, wie adäquate Hilfestellung und Verweisberatung im verbraucherrechtlichen Bereich aussehen kann. Die Gefahren einer unqualifizierten Rechtsbesorgung werden aufgezeigt. Die Veranstaltung wird als **Präsenzveranstaltung** oder als **Online-Seminar** angeboten.

**Im Rahmen der Projektlaufzeit entstehen keine Veranstaltungskosten!**

Bei Fragen und zur Terminabsprache erreichen Sie uns unter:



get-in@verbraucherzentrale.nrw

Tel. (0211) 3809-379

www.verbraucherzentrale.nrw/fluechtlingshilfe

### Bildnachweis

Titel: iStock/PixelCatchers  
 Seite 7: iStock/shapecharge, iStock/Foremniakowski, iStock/PeopleImages, iStock/XSandra, iStock/CoffeeAndMilk, iStock/LightFieldStudios  
 Seite 9: iStock/Prykhodov, iStock/PeopleImages, iStock/baranozdemir, iStock/-VICTOR-  
 Seite 11: iStock/-VICTOR-, iStock/timurock  
 Seite 15: iStock/y-studio, iStock/fizkes, Adobe Stock/Fototocam, iStock/timurock, iStock/Inspiration GP  
 Seite 16: iStock/-VICTOR-  
 Seite 17: iStock/Prostock-Studio  
 Seite 18: iStock/seb\_ra, iStock/t\_kimura, iStock/baranozdemir, iStock/-VICTOR-, iStock/MangoStar\_Studio, iStock/MicroStockHub, iStock/InspirationGP, iStock/andrej\_k  
 Seite 19: iStock/baranozdemir, iStock/-VICTOR-  
 Seite 20: iStock/MangoStar\_Studio, iStock/-VICTOR-, iStock/Inspiration GP, iStock/golibo, iStock/Kritchanut  
 Seite 22: iStock/golibo, iStock/-VICTOR-  
 Seite 23: iStock/fizkes, Adobe Stock/Antonioguillet  
 Seite 24: Adobe Stock/msanca, iStock/4x6, iStock/-VICTOR-, iStock/extracoin, iStock/einegraphic  
 Seite 25: Adobe Stock/msanca, iStock/4x6, iStock/-VICTOR-, iStock/extracoin, iStock/einegraphic  
 Seite 26: iStock/timurock, iStock/SurfUpVector, iStock/LueratSatichob, iStock/matsabe  
 Seite 29: iStock/Deagreez, iStock/TopDigiPro, iStock/m-imagephotography, iStock/heckmannoleg, Adobe Stock/julenochech, iStock/LueratSatichob, iStock/timurock  
 Seite 30: iStock/Deagreez, iStock/TopDigiPro  
 Seite 31: iStock/Tero Vesalainen, iStock/LongHazoo6, iStock/matsabe, iStock/CasarsaGuru, iStock/-VICTOR-, iStock/MicroStockHub, iStock/LueratSatichob, Adobe Stock/Roman Grantke, iStock/andrej\_k, Adobe Stock/bluedesign  
 Seite 32: iStock/BernardaSv  
 Seite 33: iStock/shapecharge, iStock/Foremniakowski, iStock/PeopleImages, iStock/XSandra, iStock/CoffeeAndMilk, iStock/LightFieldStudios, iStock/Prykhodov, iStock/alexandr\_1958, iStock/bitontawan, iStock/extracoin, iStock/einegraphic, iStock/kokouu, iStock/-VICTOR-  
 Seite 34: iStock/shapecharge, iStock/PeopleImages, iStock/Prostock-Studio, iStock/-VICTOR-, iStock/baranozdemir, iStock/Prykhodov, iStock/MicroStockHub, iStock/CasarsaGuru, iStock/AlexandrBognat, iStock/Deagreez, iStock/TopDigiPro, iStock/Kittisak\_Tamaras  
 Seite 35: iStock/-VICTOR-, iStock/Poike, iStock/shapecharge, iStock/Prostock-Studio, iStock/InspirationGP, iStock/andrej\_k  
 Seite 36: Shutterstock/Sergey Fedulov, Shutterstock/Zsolt Biczó, iStock/Prostock-Studio, iStock/-VICTOR-, iStock/timurock, iStock/nicodemos  
 Seite 37: iStock/-VICTOR-, Adobe Stock/franjo, iStock/matsabe, iStock/timurock, iStock/LueratSatichob, iStock/Kittisak\_Tamaras, iStock/AlexandrBognat, iStock/Deagreez, iStock/TopDigiPro, LongHazoo6, iStock/shapecharge, iStock/Foremniakowski, iStock/PeopleImages, iStock/XSandra, iStock/CoffeeAndMilk, iStock/LightFieldStudios  
 Seite 38: iStock/timurock, iStock/AaronAmat, iStock/Deagreez, iStock/TopDigiPro  
 Seite 39: iStock/PixelCatchers

## IMPRESSUM

### Herausgeber

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.  
Mintropstraße 27  
40215 Düsseldorf

Tel. (0211) 38 09-379

Fax (0211) 38 09-242

get-in@verbraucherzentrale.nrw

www.verbraucherzentrale.nrw

### Unterrichtskonzept und Text Handreichung

Dr. Ingrid Majid

### Gestaltung Unterrichtsmaterialien und Handreichung

Maßarbeit Kommunikation für Umwelt & Gesellschaft, Hamburg

### Druck

1. Auflage, Stand: 11/2020

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier

Gefördert durch:

Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,  
Natur- und Verbraucherschutz  
des Landes Nordrhein-Westfalen



**verbraucherzentrale**

*Nordrhein-Westfalen*