



# Language for Mathematics in Vocational Contexts

**Über Mathe sprechen im Beruf –  
Mit einem Werbetext überzeugen  
Kernaktivität Werbetext**

**Unterrichtsmaterial und didaktischer Kommentar**

**Von Lena Wessel, Leonie Ahlemeyer & Andrea Stein**



## Quelle und Impressum

<b>Projekt-herkunft</b>	 Language for Mathematics in Vocational Contexts	Dieses Material wurde entwickelt und erprobt im Projekt <b>LaMaVoC – Language for Mathematics in Vocational Contexts.</b>
<b>Nutzungs-rechte</b>		Das Material kann unter der Creative <b>Commons Lizenz BY-SA:</b> Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz weiterverwendet werden. Es basiert auf Forschung und Entwicklung aus dem Projekt LaMaVoc. Alle Bilder sind lizenzfrei.
<b>Finanzierung des Projekts</b>	 Kofinanziert durch das Programm Erasmus+ der Europäischen Union	Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.
<b>Projekt-koordination</b>		<b>Bezirksregierung Arnsberg</b> Projektkoordination durch EU-Geschäftsstelle für Wirtschaft und Berufsbildung des Dezernats 45, Berufskolleg
<b>Wissenschaft-liche Leitung</b>	 <b>DZLM</b>	<b>DZLM - Deutsches Zentrum für Lehrerbildung Mathematik</b> Standorte Dortmund, Freiburg, Paderborn Prof. Dr. Susanne Prediger & Prof. Dr. Lena Wessel
<b>26 beteiligte Institutionen</b>	Aufgeführt unter	<a href="https://www.bezreg-arnsberg.nrw.de/themen/l/LaMaVoC_de/projektpartner/index.php">https://www.bezreg-arnsberg.nrw.de/themen/l/LaMaVoC_de/projektpartner/index.php</a>
<b>Zitierbar als</b>	Wessel, Lena, Ahlemeyer, Leonie & Stein, Andrea (2020). Über Mathe sprechen im Beruf: Mit einem Werbetext überzeugen. Unterrichtsmaterial und Didaktischer Kommentar. Open Educational Ressource. Dortmund / Freiburg / Paderborn: DZLM. Verfügbar unter <a href="https://sima.dzlm.de/bk">sima.dzlm.de/bk</a>	





## Steckbrief zur Kernaktivität Werbetext

### Mit einem Werbetext überzeugen im Einzelhandel – Hoch- und runterrechnen für Preisvergleiche

Lena Wessel, Leonie Ahlemeyer & Andrea Stein

<b>Grundidee und Produkt der Kernaktivität</b>	<p>Die Jugendlichen vergleichen anhand einer vorgegebenen Einkaufsliste die Preise in einem Unverpackt-Laden mit denen im Supermarkt. Der Vergleich zeigt, dass in beiden Läden gleich viel für den Einkauf zu zahlen ist, im Unverpackt-Laden aber die Verpackung aus Plastik eingespart wird.</p> <p>Auf dieser Argumentationsgrundlage schreiben die Jugendlichen einen Werbetext für den Flyer eines Unverpackt-Ladens oder erstellen ein Skript für eine Radio Werbung.</p> <p>Mögliche Produkte:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Preisvergleich für Einkauf in Supermarkt und Unverpackt-Laden</li><li>2. Werbeflyer oder Audioaufnahme für Radio Werbung</li></ol>
<b>Lernziele im Überblick</b>	<p><b>Mathematische Ziele:</b> Die Schülerinnen und Schüler ...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• recherchieren Preise der Produkte auf der Einkaufsliste und rechnen diese auf verschiedene Mengenangaben für den Vergleich hoch und runter (Proportionalität)</li><li>• vergleichen die Einzelpreise der Produkte und ihre Summen aus dem Unverpackt-Laden mit denen des Supermarktes</li><li>• berechnen neue Preise ausgehend von Bruttopreis und neuem Mehrwertsteuersatz (Prozentrechnung)</li></ul> <p><b>Sprachliche Ziele:</b> Die Schülerinnen und Schüler ...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• lesen bildungssprachliche Texte und entnehmen relevante Informationen</li><li>• erläutern ihre Rechnungen und formulieren ein Ergebnis</li><li>• erklären einen typischen Fehler der Prozentrechnung am Prozentstreifen</li><li>• erstellen einen Werbetext, um auf Grundlage ihrer Ergebnisse für den Unverpackt-Laden zu werben (Alternativ: erstellen ein Skript für eine Radiowerbung)</li></ul>
<b>Mathematisches Thema</b>	<p>Proportionalität: Hoch- und runterrechnen von Preisen auf gesuchte, vergleichbare Mengen; Prozentrechnung: Ausgehend von Bruttopreisen Nettopreise berechnen und Auswirkungen von Mehrwertsteueränderung bestimmen.</p>
<b>Berufliches Potential</b>	<p>In den Bereichen Medien, Gestaltung und Marketing setzen sich Praktikantinnen und Praktikanten sowie Auszubildende mit Werbung auseinander. Mit Werbung im Einzelhandel sind die Jugendlichen aus ihrem Alltag vertraut. In dieser Kernaktivität argumentieren die Lernenden in einer Werbebotschaft auf Grundlage der Schlussfolgerung aus ihren Berechnungen als informierte Kundinnen und Kunden und wägen Entscheidungen ab. Die Kernaktivität beinhaltet insbesondere Informieren und Beurteilen als Struktur einer vollständigen Handlung (informieren, planen, entscheiden, ausführen, kontrollieren und beurteilen).</p>
<b>Sprachliche Anforderungen</b>	<p><b>Kommunikationssituation: Werbetext (als Skript oder Flyer) formulieren</b></p> <p><b>Berufliche Sprachhandlungen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Einkaufende informieren und vom verpackungsfreien Einkaufen überzeugen</li></ul> <p><b>Mathematiklernförderliche Sprachhandlungen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Bedeutung von Begriffen und Operationen erklären („Die Mehrwertsteuererhöhung hat zur Folge, dass der Supermarkteinkauf ... € teurer wird.“)</li><li>• typischen Fehler zur Bedeutung von Steuererhöhung am Prozentsreifen erklären</li></ul>



**Relevante bedeutungsbezogene Sprachmittel:**  
 Preis pro Portion / pro Stück / pro 100 ml, Erhöhung um ... %, Bruttopreis, Nettopreis, Mehrwertsteuererhöhung, der Einkauf wird um ... € teurer, wenn man die Zahnbürsten (das Produkt ...) weiterhin im Supermarkt kauft, dann reduziert sich der Unterschied der Gesamtkosten um ... €

**Formalbezogene Sprachmittel:** Grundwert, Prozentwert, Prozentsatz

**Berufskontextbezogene Sprachmittel:** Verpackte Grundnahrungsmittel, Gesamtersparnis, Mehrkosten, Mehrwertsteuersatz, Mehrwertsteuererhöhung

**Unterrichtsmaterialien und Ergänzungen**  
 Arbeitsblätter mit Einstiegsszenario, Statistiken und Videos zum Thema Plastikmüll und einem Flyer eines Unverpackt-Ladens mit ausgewählten Produkten, Internet-Links zur Preisrecherche.

**Quelle und Nutzungsrechte**  
 Dieses Material wurde im Projekt LaMaVoc konzipiert und kann unter der Creative Commons Lizenz BY-SA: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz weiterverwendet werden. Es basiert auf Forschung und Entwicklung aus dem Projekt LaMaVoc. Alle Bilder sind lizenzfrei.

**Erwartungshorizont**  
 Produkt 1:  
 Preisvergleich

Einkaufsliste	Natur Pur Online Shop (Bio Supermarkt)			Unverpackt-Laden	
	Produktname und Preis	Kosten pro 100g/Liter /Stück	Kosten für benötigte Menge	Kosten pro 100g/Stück/Liter	Kosten für Packungsgröße
500g Penne	Felicia Bio Vollkorn Penne 2,49 € (250g)	1,00 € / 100g	4,98 € (500g)	0,31 € /100g	1,55 € (500g)
250g Reis	Davert Himalaya Basmati Reis weiß Bio 2,99 € (500g)	0,598 € / 100g	1,49 € (250g)	0,42 € / 100g	1,05 € (250g)
500g Kaffee	Lebensbaum Espresso Kaapi Kerala, ganze Bohne Bio 5,67 € (250g)	2,268 € / 100g	11,34 € (500g)	2,40 € / 100g	12,00 € (500g)
3x Shampoo	Weleda Hafer Aufbau-Shampoo 16,65 € (5,55 € = 1 Stück)	5,55 € /Stk.	16,65 €	8,90 € / Stk.	26,70 € (3 Stk.)
3x Zahnbürste	Yaweco Zahnbürste Pure 7,50 € (2,50 € = 1 Stück)	2,50 € / Stk.	7,50 €	3,90 € /Stk.	11,70 € (3 Stk.)
1x Seife (300ml)	Sante Flüssigseife 6,10 € (500ml)	12,20 € / Liter 1,22 € / ml	3,66 € (300ml)	7,00 € / Liter	2,10 € (300ml)
300g Gummibärchen	Ökovital Bio Bär 1,89 € (100g)	1,89 € / 100g	5,67 € (300ml)	1,35 € / 100g	4,05 € (300g)
100g Cookies	Schoko-Cookies Dinkel 2,49 € (150g)	1,66 € / 100g	1,66 € (100g)	1,50 € / 100g	1,50 € (100g)
200g Chips	Lisas Bio Kesselchips 1,99 € (250g)	1,81 € / 100g	3,63 € (200g)	1,50 € / 100g	3,00 € (200g)
1 Liter Waschmittel	AlmaWin flüssiges Waschmittel 4,29 € (750ml)	5,27 € / Liter	5,27 € (Liter)	3,50 € / Liter	3,50 € (1Liter)
200g Müsli	Rapunzel Bircher Müsli 5,38 € (750g)	0,717 € / 100g	1,43 € (200g)	0,62 € / 100g	1,24 € (200g)
<b>Gesamtsumme:</b>			<b>63,28 €</b>		<b>68,39 €</b>
	<b>Plastikmüll im Bio Supermarkt</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zwei Müllbeutel à 35 Liter in einer Woche</li> <li>• In einem Jahr für 4-Personen Haushalt: 2 · 52 = 104 Müllbeutel à 35 Liter Plastikmüll (das sind 104 · 35 Liter = 3.640 Liter)</li> </ul>				





Es ist sinnvoll die Preise zwischen einem Unverpackt-Laden und einem Bio Supermarkt zu vergleichen, weil die Produkte in einem Unverpackt-Laden ebenfalls Bio sind und so ein realistischer Vergleich hergestellt werden kann.

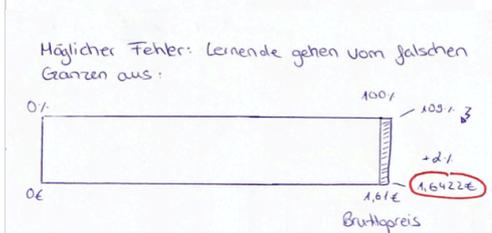
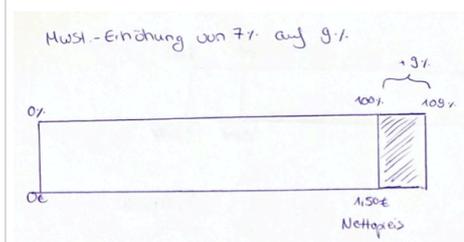
### Erwartungs- horizont

Aufgabenteil 2b)  
und 2c)

### Mehrwertsteuer-Erhöhung im Natur Pur Online Shop:

Einkaufsliste	Natur Pur Online Produkte Bruttopreis	Nettopreis	Neuer Bruttopreis mit Mwst 9 % statt 7 %
500g Penne	4,98 € (500g)	4,63 €	5,05 €
250g Reis	1,49 € (250g)	1,39 €	1,52 €
500g Kaffee	11,34 € (500g)	10,55 €	11,5 €
3x Shampoo	16,65 €	15,49 €	16,88 €
3x Zahnbürste	7,50 €	6,98 €	7,61 €
1x Seife	3,66 € (300ml)	3,4 €	3,71 €
300g Gummibärchen	5,67 € (300ml)	5,36 €	5,84 €
100g Cookies	1,66 € (100g)	1,54 €	1,68 €
200g Chips	3,63 € (200g)	3,38 €	3,68 €
1 Liter Waschmittel	5,27 € (Liter)	4,9 €	5,34 €
200g Müsli	1,43 € (200g)	1,33 €	1,45 €
<b>Gesamtsumme:</b>	<b>63,28 €</b>		<b>64,26 €</b>

### Mehrwertsteuer-Erhöhung am Prozentstreifen und Fehler von Frau Hermann:





### Erwartungs- horizont

Produkt 2:  
Werbetext oder  
Skript für  
Audiodatei als  
Werbespot

Liebe Kundinnen und Kunden, Sie möchten etwas für die Umwelt tun und mit einem guten Gefühl einkaufen? Dann kaufen Sie bei uns unverpackt ein. Das spart Müll, vor allem Plastik, und kostet Sie nicht mehr Geld als der Einkauf von verpackten Bio-Produkten. Mit den Mengen, die Sie tatsächlich brauchen, leisten Sie auch neben der Müll-Einsparung einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Lebensweise.

### Differenzierung

Für starke Schülerinnen und Schüler kann die vollständige Handlung nur durch das Einstiegsseite „Wofür brauchen wir Plastik und wie viel verbrauchen wir“ angeregt werden (1. Seite des Materials), nach einer gemeinsamen Phase mit dem Ergebnis einer leitenden Fragestellung kann alles weitere selbst recherchiert und bspw. tabellarisch strukturiert werden. Die Lernenden können messen, wie viel Plastikmüll sie selbst produzieren, sie können eigene Einkaufslisten erstellen und die Gesamtsumme der Preise bei Einkauf in verschiedenen Läden vergleichen. Schwächere Lernende dagegen brauchen engere Vorstrukturierungen und Anleitungen, um den komplexen langfristigen Arbeitsauftrag zu bewältigen. Dazu dienen die weiteren Seiten des Materials.



## Beispiel für mögliche Umsetzung (viele andere Umsetzungen möglich!)

Zeit	Inhalt / Aktivität	Sozial- form	Material / Medien
<b>1. Phase:</b>	<b>Eindenken in die Situation und Problemfrage formulieren</b>	<b>UG</b>	<b>Auftrag 1</b>
ca. 5 -10 Min	Die Lernenden lesen das Einstiegsmaterial (Auftrag 1), ggf. schauen sie sich die dazugehörigen Videos an. Variation: SuS haben Text oder Video als Hausaufgabe zur Stunde gelesen oder angeschaut und Fragen mitgebracht. Ziel der Phase ist es, das Prinzip des Unverpackt-Ladens zu verstehen (Verkauf nach Gewicht, Preis pro ... g, pro .... ml).	PA	ggf. Folie mit Bildern auflegen statt Arbeitsblatt
<b>2. Phase:</b>	<b>Preise vergleichen zwischen Supermarkt und Unverpackt-Laden</b>		<b>Auftrag 2</b>
15 Min	Die Schülerinnen und Schüler bearbeiten Aufgabe 2, ggf. arbeitsteilig für normalen Supermarkt und Unverpackt-Laden. Während Teilaufgabe a) auf Preise recherchieren, hoch- und runterrechnen zielt, wird in Teilaufgaben b) und c) Prozentrechnung im Kontext von Mehrwertsteuer, Brutto- und Nettopreisen vertieft. Ein zu sichernder Verstehens Kern dabei wird in Teilaufgabe c) provoziert, dieser soll unbedingt im UG gesichert werden. Teil d) bringt die Rechnungen aus den vorherigen Teilaufgaben als Grundlage zur Argumentation zusammen.	EA oder PA → Sicher ung im UG	Lösungen zu Teilaufgaben 2a) bis d) (Visualizer, Tafel)
<b>3. Phase:</b>	<b>Argumente sammeln und Werbetext schreiben</b>		<b>Auftrag 3</b>
10 min	Die Lernenden formulieren jeweils zu zweit einen Werbetext. Mögliche Argumente für den Werbetext: <ul style="list-style-type: none"><li>• Ein 4-Personenhaushalt kann im Jahr mehr als 3500 Liter Plastik sparen.</li><li>• Man kauft nur so viel, wie man auch tatsächlich braucht, das ist gut für die Umwelt und gesund.</li><li>• Man muss zwar etwas mehr bezahlen, der Schaden von Plastik für die Umwelt ist aber so groß, dass sich das lohnt. Wenn mehr Personen das Angebot des Unverpackt-Ladens nutzt, werden die Preise dort mittelfristig ggf. sinken.</li></ul>	PA	Ergebnisse aus Auftrag 2 als Grundlage 3a Tafel, Lernendenlösungen zu 2
<b>4. Phase</b>	<b>Werbetext überarbeiten</b>		<b>Auftrag 4</b>
20 min	Zu sichernde Einsicht für alle: Der Einkauf im Unverpackt-Laden kostet zwar mehr als in einem normalen Supermarkt, man kann aber einen Anfang zum Plastik sparen machen und zum Beispiel auf besonders teure Produkte (Zahnbürsten, Shampoo) verzichten und diese weiterhin im normalen Supermarkt kaufen. Dann ist der Einkauf zwar immer noch etwas teurer, man kann aber viel Plastik sparen und kauft nur die Mengen, die man tatsächlich braucht. Das ist auch nachhaltig. <b>Placemat – Methode für Austausch und Überarbeitung:</b> Die Lernenden arbeiten zu dritt an ihren Produkten und kommentieren, korrigieren den Entwurf der anderen.	PA → GA Place- mat, UG	Produkte aus Auftrag 3



## Über Mathe sprechen im Beruf – Mit einem Werbetext überzeugen

### Das Problem

Wir verbrauchen im Alltag und in der Wirtschaft immer mehr und viel zu viel Plastik.

- Zwischen den Jahren 1950 und 2015 wurden weltweit 8,3 Milliarden Tonnen Plastik produziert. Das entspricht mehr als einer Tonne pro Mensch, der heute auf der Erde lebt. Den allergrößten Teil machen Einwegprodukte und Verpackungen aus. Nicht einmal zehn Prozent des jemals produzierten Kunststoffes sind recycelt worden.
- 2018 wurden in der EU für Essen und Getränke mehr als 1,13 BILLIONEN VERPACKUNGEN verwendet. Das wichtigste Verpackungsmaterial: Plastik.

(Plastikatlas 2019)

### Mögliche Internetquellen:

Wir ersticken im Plastikmüll – ARTE Reportage



<https://m.facebook.com/ARTEinfoDE/videos/1425876820944696/>

### Unsere Aktivität

Unverpackt-Läden sind eine gute Möglichkeit, um unverpackte Produkte zu kaufen. Damit können Privatpersonen ihren Plastikmüll reduzieren. Das Prinzip ist jedoch wenig bekannt und verbreitet. Es sind die Ziele dieser Aktivität herauszufinden, wie viel Plastik man auf diese Weise sparen kann und für das Prinzip „unverpackt einkaufen“ zu werben. Dazu sollen Sie

- das Problem erfassen, indem Sie Artikel verschiedener Internetquellen lesen (Auftrag 1)
- für einen Familieneinkauf die Preise im Unverpackt-Laden und Supermarkt vergleichen (Auftrag 2)
- einen Werbetext schreiben für einen Flyer oder eine Radiowerbung (Auftrag 3) und diesen gemeinsam optimieren (Auftrag 4)

### Mögliche Internetquellen:

PLANET OR PLASTIC? – National Geographic



<https://www.youtube.com/watch?v=37nTVy87bgA&feature=youtu.be>

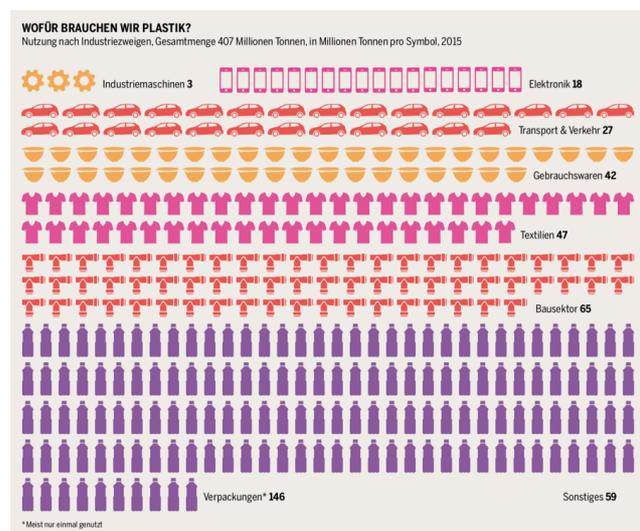


Foto: PlastikAtlas 2019



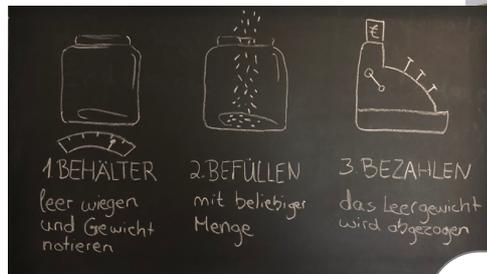
## Über Mathe sprechen im Beruf – Mit einem Werbetext überzeugen

### 1 Gemeinsam eindenken: Das Prinzip von Unverpackt-Läden verstehen

Unverpackt-Läden wie die „Glaskiste Unverpackt“ in Freiburg wollen Verpackungen sparen. Jeder bringt seinen eigenen Behälter mit und füllt sich Reis, Nudeln, Nüsse, Essig, Waschmittel usw. ab. Die Preise werden nach Gewicht der Lebensmittel berechnet, denn an der Kasse wird das Gewicht des Behälters abgezogen. So zahlt man nur für die Produkte, die man kauft. Dabei spart man Plastikmüll und kauft nur so viel wie man braucht.



Bildquelle: Glaskiste Unverpackt, Freiburg.



Familie Hermann hat ein Experiment gemacht und in ihrem 4-Personen Haushalt eine Woche Plastikmüll gesammelt. Sabine Herrmann fasst ihre Erfahrungen zusammen:

Wir haben als Familie mit 4 Personen ein Experiment gemacht und eine Woche lang unseren Plastikmüll gesammelt. Nach einer Woche hatten wir 2 Müllbeutel á 35 Liter Plastikmüll. Das meiste waren Verpackungen von Lebensmitteln. Wenn wir öfter in einem Unverpackt-Laden einkaufen würden, wäre unser Plastikverbrauch geringer. Aber man muss den Einkauf gut planen und vielleicht ist es teurer dort einzukaufen als im Supermarkt?

### Langfristiger Arbeitsauftrag für die Partnerarbeit

- Formulieren Sie einen Werbetext (schriftlich oder als Audiodatei), in dem Sie erklären, welche Vorteile der Einkauf in einem Unverpackt-Laden hat (Auftrag 3).

### Zwischenschritte dorthin:

- Hat Frau Herrmann Recht? Ist es teurer oder günstiger in einem Unverpackt-Laden einzukaufen als in einem normalen Supermarkt? (Auftrag 2)
- Welche weiteren Vor- oder Nachteile hat der Einkauf in einem Unverpackt-Laden?
- Wie kann man mehr Menschen zum unverpackten Einkauf überzeugen? (Auftrag 3)



## 2 Kosten vergleichen



- a) Familie Hermann möchte nun ermitteln, was ihr Einkauf im Unverpackt-Laden kostet im Vergleich zum Supermarkt. Dazu hat Sabine Hermann ihre Einkaufsliste für den Wochen-Einkauf abgespeichert. Vergleichen Sie anhand des Flyers vom Unverpackt-Laden (Zusatzmaterial Flyer) sowie den folgenden Internetlinks die Preise für Familie Hermanns Gesamteinkauf bei REWE und im Unverpackt-Laden.

Preise im Unverpackt-Laden:

- <https://lieferservice.original-unverpackt.de/collections/all>

Preise im REWE-Laden:

- <https://shop.rewe.de>



- b) Die Bundesregierung plant, die Mehrwertsteuer auf verpackte Grundnahrungsmittel um 2 % zu erhöhen, also von 7 % auf 9 %. Könnte dies ein Anreiz für Kundinnen und Kunden sein, im Unverpackt-Laden einzukaufen, wenn dort die Steuer weiter 7 % wäre? Berechne den Preisunterschied.
- c) Frau Hermann hat von der Summe des Supermarkt-Einkauf 2 % berechnet und mit diesem Betrag als Mehrkosten für die Mehrwertsteuererhöhung gerechnet.
- Wie wirkt sich dieser Fehler auf das Ergebnis aus?
  - Erklären Sie am Prozentstreifen, warum man so nicht rechnen darf.
- d) Wie würden Sie Frau Hermann auf Grundlage der Ergebnisse der Preisrecherche beraten?
- Wie viel muss die Familie mehr ausgeben, um Plastik zu sparen?
  - Welche besonders teuren Produkte würden Sie evtl. weiter im Supermarkt kaufen?

## 3 Einen Auslagezettel mit Werbetext für verpackungsfreies Einkaufen vorbereiten



Sammeln Sie Vor- und Nachteile vom verpackungsfreien Einkaufen für Kunden und Umwelt. Um neue Kundinnen und Kunden zu überzeugen, formulieren Sie anschließend wahlweise

- einen Werbetext für einen Auslagezettel und die Webseite eines Unverpackt-Ladens
- einen gesprochenen Werbetext als Audiodatei, der als Werbung eines Unverpackt-Ladens im Podcast „Bewusst ökologisch und nachhaltig leben“ zu hören sein soll.

## 4 Schreibkonferenz: Beraten Sie sich gegenseitig für eine Überarbeitung der Texte



- Wie kann noch überzeugender argumentiert werden?
- Lassen sich Kostenargumente oder eingespartes Plastik besser grafisch darstellen?



## Zusatzmaterial Flyer: Sortiment und Preisliste im Unverpackt-Laden

<p><b>BIO Basmati-Reis weiß</b> 0,42 Euro/100g</p>	<p><b>BIO Penne, hell</b> 0,31 Euro/100g</p>	<p><b>BIO Kaffee Crema</b> 2,40 Euro/100g</p>	<p><b>BIO Haferflocken, grob</b> 0,26 Euro/100g</p>	<p><b>BIO Müsli Classic</b> 0,62 Euro/100g</p>
<p><b>Shampoo-Bit Honig</b> 8,90 Euro/Stück</p>	<p><b>Handseife sensitiv</b> 7 Euro/Liter</p>	<p><b>Bambus Zahnbürste</b> 3,90 Euro/Stück</p>	<p><b>Waschmittel Color Mint &amp; Lemon</b> 3,50/Liter</p>	
<p><b>Cookies</b> 1,50 Euro/100g</p>	<p><b>Saure Stangen</b> 1,35 Euro/100g</p>	<p><b>Mexicano's Mix</b> 1,50 Euro/100g</p>	<p><b>BIO Gummibärchen ohne Gelatine</b> 1,35 Euro/100g</p>	



## Zusatzmaterial: Tabelle zur Dokumentation der Preise

Einkaufsliste	REWE Online		Unverpackt-Laden	
	Produktname und Preis	Kosten pro 100g/Liter /Stück	Kosten pro 100g/Stück/Liter	Kosten für Packungsgröße
500g Penne		_____/ 100g	_____/100g	____ (500g)
250g Reis		_____/ 100g	_____/ 100g	____ (250g)
500g Kaffee		_____/ 100g	_____/ 100g	____ (500g)
3x Shampoo		_____/Stk.	_____/ Stk.	____ (3 Stk.)
3x Zahnbürste		_____/ Stk.	_____/Stk.	_____(3 Stk.)
1x Seife		_____/100ml _____/Liter	_____/ Liter	____ (300ml)
300g Gummi- bärchen		_____/ 100g	_____/ 100g	____ (300g)
100g Cookies		_____/ 100g	_____/ 100g	____ (100g)
200g Chips		_____/100g	_____/ 100g	____ (200g)
1 Liter Waschmittel		_____/ Liter	_____/ Liter	____ (1Liter)
200g Müsli		_____/100g	_____/ 100g	____ (200g)
<b>Gesamtkosten für den Einkauf</b>				