

II.68

Grundlagen des Wirtschaftens

Wirtschaft und Konsum – der Wirtschaftskreislauf

Nach einer Idee von Katja Allani



© photobacri/Stock/Getty Images Plus

Wirtschaft betrifft uns alle – auch die Schüler*innen und Schüler sind selbst ein Teil im Wirtschaftskreislauf. In dieser Einheit wird anhand von Beispielen aus dem Alltag ein Lebensweltbezug zu den Jugendlichen hergestellt. Sie erkennen Bedürfnisse als Motor der Wirtschaft, verstehen das Wechselspiel von Angebot und Nachfrage und die Rolle des Staates im Wirtschaftskreislauf. Nicht zuletzt regen die Materialien dazu an, eigene Kaufgewohnheiten zu reflektieren und somit bewusste Konsumententscheidungen zu treffen.

KOMPETENZPROFIL

Klassenstufe: 8–10

Dauer: 9–10 Unterrichtsstunden

Kompetenzen: Die Lernenden verstehen Grundbegriffe des Wirtschaftens und erkennen sich selbst als Teilnehmende am Wirtschaftskreislauf. Sie entwickeln Handlungs- und Urteilskompetenz.

Thematische Bereiche: Wirtschaftskreislauf, Märkte, Konsum, Verbraucher, Kaufverhalten und Kaufentscheidungen, soziale Marktwirtschaft

Medien: Texte, Fotos, Grafiken, Farbseite, Schaubilder, Internet

Was hat Wirtschaft mit mir zu tun?

M 1

Aufgaben

1. Betrachte die Fotos. Finde für jedes eine passende Bildunterschrift.
2. Du bist ein wichtiger Bestandteil der Wirtschaft! Begründe diese Aussage mithilfe der Fotos und deinen eigenen Erfahrungen.



Fotos: © SDI Productions/E+, sturti/E+, Chris Tobin/DigitalVision, gilaxia/E+

Welche Arten von Bedürfnissen gibt es? – Die Bedürfnispyramide

M 3

Menschliche Bedürfnisse sind eine Voraussetzung dafür, dass die Wirtschaft nicht stillsteht. Bedürfnisse können allerdings sehr unterschiedlich sein.

Aufgaben

1. Lies den Text. Ordne die Texte in den Kästen den drei Arten materieller Bedürfnisse in der Pyramide zu. Verbinde mit Linien.
2. Zeige an einem Beispiel, wie du im Alltag materielle Bedürfnisse befriedigst.
3. Erörtert gemeinsam in der Klasse, inwiefern materielle Bedürfnisse „die Wirtschaft in Schwung halten“.
4. Arbeitet zu zweit. Diskutiert, ob ein Internetzugang ein Grundbedürfnis, ein Kulturbedürfnis oder ein Luxusbedürfnis ist.

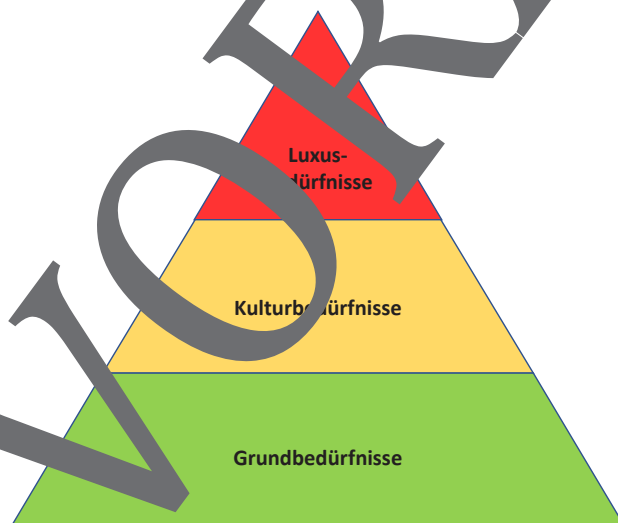


Welche Arten von Bedürfnissen gibt es?

Ein Bedürfnis ist ein Wunsch. Ihm liegt das Gefühl zugrunde, dass einem etwas fehlt. Dem wahr- genommenen Mangel möchte man beseitigen und sich den Wunsch erfüllen. Es gibt Bedürfnisse, die man sich nicht durch Kaufen erfüllen kann, zum Beispiel das Bedürfnis nach Freundschaft oder nach Anerkennung. Solche Bedürfnisse werden immaterielle Bedürfnisse genannt. Bedürfnisse, die man durch Kaufen befriedigen kann, werden materielle Bedürfnisse genannt. Das Bedürfnis nach Nahrung kann man zum Beispiel durch den Einkauf von Lebensmitteln befriedigen. Von „Bedarf“ spricht man, wenn aus einem Bedürfnis der Wunsch nach bestimmten Gü- tern entsteht, von „Nachfrage“, sobald dieser Wunsch zu einem Kauf führt.

Bei den materiellen Bedürfnissen unterscheidet man nach dem Grad ihrer Dringlichkeit Grund-, Kultur- und Luxusbedürfnisse.

Die Bedürfnispyramide



Bedürfnisse, am sozialen Leben teilzuhaben,
z. B. Theaterbesuche, Zugang zum Internet, Feste
feiern

für alle Menschen lebensnotwendig,
z. B. Nahrung, Kleidung, Wohnraum,
Gesundheitsversorgung

Bedürfnisse nach Produkten, die entbehrlich sind
oder ein Bedürfnis deutlich übererfüllen,
z. B. Luxusauto, Villa, teure Restaurantbesuche

M 4

Spontan oder geplant? – Kaufverhalten unter der Lupe

Materielle Bedürfnisse befriedigen wir durch den Kauf von Produkten. Dabei gehen wir unterschiedlich vor. Unterwegs bekommen wir Appetit und kaufen Falafel. Zu Hause stellen wir fest, dass kein Brot mehr da ist, und gehen zur Bäckerei, um welches zu besorgen. Seit längerem überlegen wir, uns ein Auto zuzulegen. Das ist eine Anschaffung, die gut überlegt sein will.

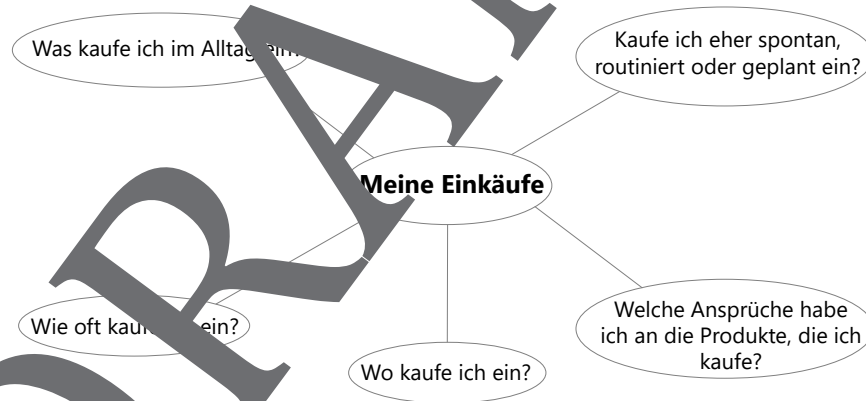
Aufgabe 1

Schau dir die Tabelle zum Kaufverhalten an. Ergänze passende Beispiele.

Kaufverhalten	Erklärung	Beispiele
Spontankauf	Ungeplanter Einkauf, der erfolgt, weil ein Produkt gefällt und „ins Auge springt“.	
Routinekauf	Der regelmäßige Einkauf gleicher Produkte, die regelmäßig konsumiert werden und die man kennt.	
Plankauf	Der geplante Einkauf eines meist teureren Produkts, das wir schon kaufen.	

Aufgabe 2

Übertrage die folgende Mindmap in dein Notizbuch. Tauscht euch danach zu zweit über eure Mindmap aus. Wo gibt es Gemeinsamkeiten, wo Unterschiede in eurem Kaufverhalten?



Aufgabe 3

Erstelle einen Fragebogen zum Thema „Kleidungskauf“. Die folgenden Kriterien für Kaufentscheidungen helfen dir dabei: Preis – Qualität des Produkts – Aussehen des Produkts – Lage des Geschäfts – Marke – Dringlichkeit des Kaufs

Aufgabe 4

Führt zu zweit eine Befragung mit mindestens vier Personen durch. Wertet die Ergebnisse aus und stellt sie der Klasse vor.



Produzieren und konsumieren – der Wirtschaftskreislauf

M 5

Die Herstellung und der Gebrauch von Waren und Dienstleistungen sind grundlegend für eine funktionierende Wirtschaft. Wie hängt beides zusammen?

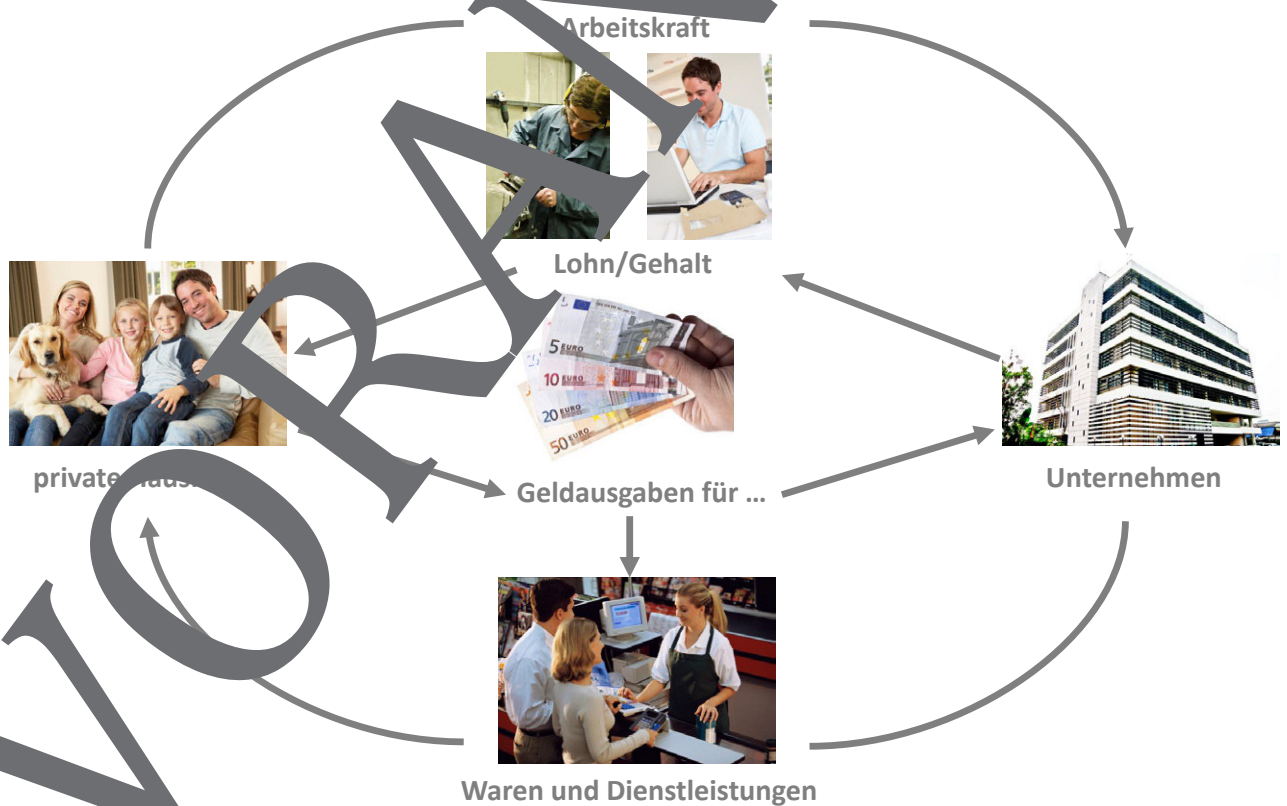
Aufgabe 1

Hier sind die Aussagen über private Haushalte und Unternehmen durcheinandergeraten. Markiere die über private Haushalte blau und die über Unternehmen rot. Schreibe anschließend die Sätze in der richtigen Reihenfolge auf.

So können sie immer wieder neu produzieren und verkaufen.
 Das Geld geben sie vor allem für den Kauf von Waren und Dienstleistungen aus.
 Unternehmen produzieren und verkaufen Waren und Dienstleistungen vor allem an private Haushalte.
 Diese werden im Alltag ge- und verbraucht, also konsumiert, sodass immer wieder neuer Bedarf an Waren und Dienstleistungen entsteht.
 Private Haushalte bieten gegen Lohn ihre Arbeitskraft an.
 Das Geld benötigen sie, um die Ausgaben für die Herstellung und Bereitstellung von Waren und Dienstleistungen wieder auszugleichen.

Aufgabe 2

Erläutere das Schaubild „Der einfache Wirtschaftskreislauf“ mit einem Beispiel aus deinem privaten Umfeld.



© Colourbox, Metallarbeiter: Thinkstock/iStock, Kasse: Thinkstock/Purestock

M 6

Den Konsumenten im Blick – Verkaufsstrategien

Aufgaben

1. Erläutere anhand einer der abgebildeten Waren, warum Unternehmen Gewinne benötigen. Orientiere dich dabei am Merkkasten.
2. Lies den Text. Ordne den Beispielen unten eine Strategie zur Preisdifferenzierung zu. Fallen dir weitere Beispiele ein?
3. Finde konkrete Beispiele zur Beeinflussung von Einstellungen und Gefühlen. Denke an eine Marke oder ein Geschäft, die oder das dir gut gefällt.



Fotos: © Thinkstock/iStock, Schuhe: Thinkstock/Stockbyte

Merkkasten: Unternehmen brauchen Gewinne, um

- Herstellungskosten auszugleichen
- neue Produkte zu entwickeln.
- ihre Beschäftigten zu entlohnen.

Welche Verkaufsstrategien gibt es?

Um Gewinne zu erwirtschaften, nutzen Unternehmen unterschiedliche Verkaufsstrategien. Man unterscheidet zwischen Möglichkeiten der Preisdifferenzierung und Strategien zur Beeinflussung von Einstellungen und Gefühlen. Die Werbung versucht, die Gefühle der Kundinnen und Kunden anzusprechen. So werden Menschen an Marken gebunden. Unternehmen pflegen für ihre Produkte ein bestimmtes Image, mit dem sich Menschen identifizieren können.

Die Preisdifferenzierung appelliert dagegen eher an den Wunsch, möglichst viel für möglichst wenig Geld zu bekommen. Das zeitlich begrenzte Angebot eines reduzierten Dreierpacks Duschgel spricht Sparwillige an. Handelt es sich um ein teures Produkt, das die Person sonst nicht gekauft hätte, lohnt sich das Geschäft für das verkaufende Unternehmen in jedem Fall.

Preisdifferenzierung	Beeinflussung von Einstellungen und Gefühlen
<ul style="list-style-type: none"> • Zeitlich begrenzte Preise • Gleiche Produkte, unterschiedliche Preise • Preisnachlässe • Preisvorteile durch Kundenbindung • Preisvorteile durch Kaufmenge 	<ul style="list-style-type: none"> • Markenprodukte • Ambiente von Verkaufsräumen • Werbung • Bedienung und Beratung • Warenplatzierung im Geschäft
Beispiele	
<ul style="list-style-type: none"> • Wochenangebote in Discountern • Bahncard 25 • Kundenkarte mit Rabattvorteil 	<ul style="list-style-type: none"> • drei Stück zum Preis von einem • gleiches Produkt, andere Verpackung • 3000 € „Umweltprämie“ für E-Autos



Das Prinzip von Angebot und Nachfrage

M 8

Nach welchem Muster funktioniert das Wechselspiel von Angebot und Nachfrage und wie gehen wir damit um?

Aufgaben

- Lies den Lückentext unten. Vervollständige die Sätze mit den Begriffen aus dem Kasten unten.
- Wie reagieren Käuferinnen und Käufer wahrscheinlich auf Preisänderungen von Benzin? Kreuze jeweils für a) in rot und b) in blau an. Mehrere Kreuze sind möglich.
 - Der Benzinpreis sinkt um 10 Cent.
 - Sie schieben das Tanken auf.
 - Sie tanken schnell, auch wenn der Tank nicht leer ist.
 - Sie tanken wie gewohnt, wenn der Tank fast leer ist.
 - Sie überlegen genau, ob die Autofahrt notwendig ist.
 - Der Benzinpreis steigt um 10 Cent.
 - Sie schieben das Tanken auf.
 - Sie tanken schnell, auch wenn der Tank nicht leer ist.
 - Sie tanken wie gewohnt, wenn der Tank fast leer ist.
 - Sie überlegen genau, ob die Autofahrt notwendig ist.
- Finde Beispiele dafür, wie Unternehmen über Verkaufsstrategien die Nachfrage beeinflussen können.
- Diskutiert in der Klasse folgende Aussage:



Die Unternehmen haben uns mit ihren Produktangeboten doch voll im Griff!

Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis

Unternehmen möchten auf dem Markt _____ Produkte zu möglichst _____ Preisen verkaufen.

Konsumierende möchten Produkte nach _____ zu möglichst _____ Preisen kaufen.

Ist die Nachfrage nach _____ größer als die Menge, die verkauft werden soll, so _____ der Preis. Es sind dann noch _____ Käuferinnen und Käufer für das Produkt da.

Ist die Nachfrage nach _____ geringer als die Menge, die verkauft werden soll, so _____ der Preis. Der Anbieter hofft, dass die Zahl der Käuferinnen und Käufer _____.

Die Menge, die _____ und das Aussehen der angebotenen Produkte richten sich langfristig nach der _____.

© Peter D. Sealey

steigt – sinkt – Nachfrage – sinkt – Vorstellungen und Ansprüchen – niedrigen – steigt – genügend – alle

Die Rolle des Staates in der freien Marktwirtschaft

M 10a

„Wenn jeder an sich selbst denkt, ist an alle gedacht“ – ein bisschen folgt die freie Marktwirtschaft dieser Devise. In der Realität wird allerdings meist jemand benachteiligt, wenn alle nur an sich selbst denken. Darum kontrolliert der Staat das Wechselspiel von Angebot und Nachfrage.

Aufgaben

1. Lies den Infotext aufmerksam durch.
2. Ergänze auf den beiden Schreiblinien Überschriften für die zwei Textabschnitte.
3. Bereite auf Grundlage des Infotextes einen Kurzvortrag zum Thema „Der Staat – Bewächter der freien Marktwirtschaft“ vor. Die fett gedruckten Begriffe helfen dir dabei.
4. Arbeitet zu zweit. Stelle deinem Gegenüber das Thema vor.

Um am Markt erfolgreich zu sein, müssen sich Unternehmen gegenüber ihren Konkurrenten behaupten. Sie befinden sich im ständigen **Wettbewerb** um Preise und Kundenschaft. Dabei verhalten sie sich nicht immer **fair**. Wer auf dem Markt am stärksten ist, versucht möglicherweise seine **Macht auszunutzen**. Hat ein großes Unternehmen keine Konkurrenten auf dem Markt, dann muss es sich in seinem Produktangebot nicht so viel Mühe geben und kann seinen unangemessenen Preis festsetzen. Sind wenige Unternehmen für ein Produkt auf dem Markt, dann können sie sich absprechen: Wer verkauft wo? Wie hoch sind die Preise? Auch den Käuferinnen und Käufern gegenüber sind Unternehmen nicht immer fair. Die **Werbung** ist manchmal bewusst **irreführend**, zuweilen täuschen Angebote einen nicht vorhandenen Preisvorteil.

Durch **Gesetze und Regeln**, die der Staat vorgibt und über die er wacht, soll dafür gesorgt werden, dass es fair zwischen den Wirtschaftsteilnehmern zugeht. Ein wichtiges Gesetz ist das **Recht auf Eigentum**. Keiner darf auf das Eigentum eines anderen einfach so zugreifen, Eigentümerinnen und Eigentümer bestimmen selbst, wann ihr Eigentum den Besitzer wechselt. Eine Vielzahl von **Wettbewerbsgesetzen** regelt das Verhalten zwischen Unternehmen. Sie dürfen zum Beispiel **keine Unwahrheiten** über ihre Konkurrenten verbreiten und sich auch nicht den Markt in einer Weise aufteilen, dass weitere Unternehmen keine Chancen mehr haben. **Ladenöffnungszeiten** sind gesetzlich geregelt. Auch für den **Schutz der Konsumentenden** gibt es eine Vielzahl von Gesetzen. Zum Beispiel müssen Lebensmittel so gekennzeichnet werden, dass Käuferinnen und Käufer genau informiert werden, was drinsteckt. Beim Kauf von Consumer-Produkten ist gesetzlich geregelt, welche Rechte die Käuferin oder der Käufer hat.



Foto: FrancescoCorticchia/Stock/Getty Images Plus

Marktwirtschaft begegnet uns in vielen Situationen

M 10c

Marktwirtschaft begegnet uns in vielen Situationen des täglichen Lebens. Betrachtet die Fotos. Auf welche Aspekte der Marktwirtschaft spielen sie an?

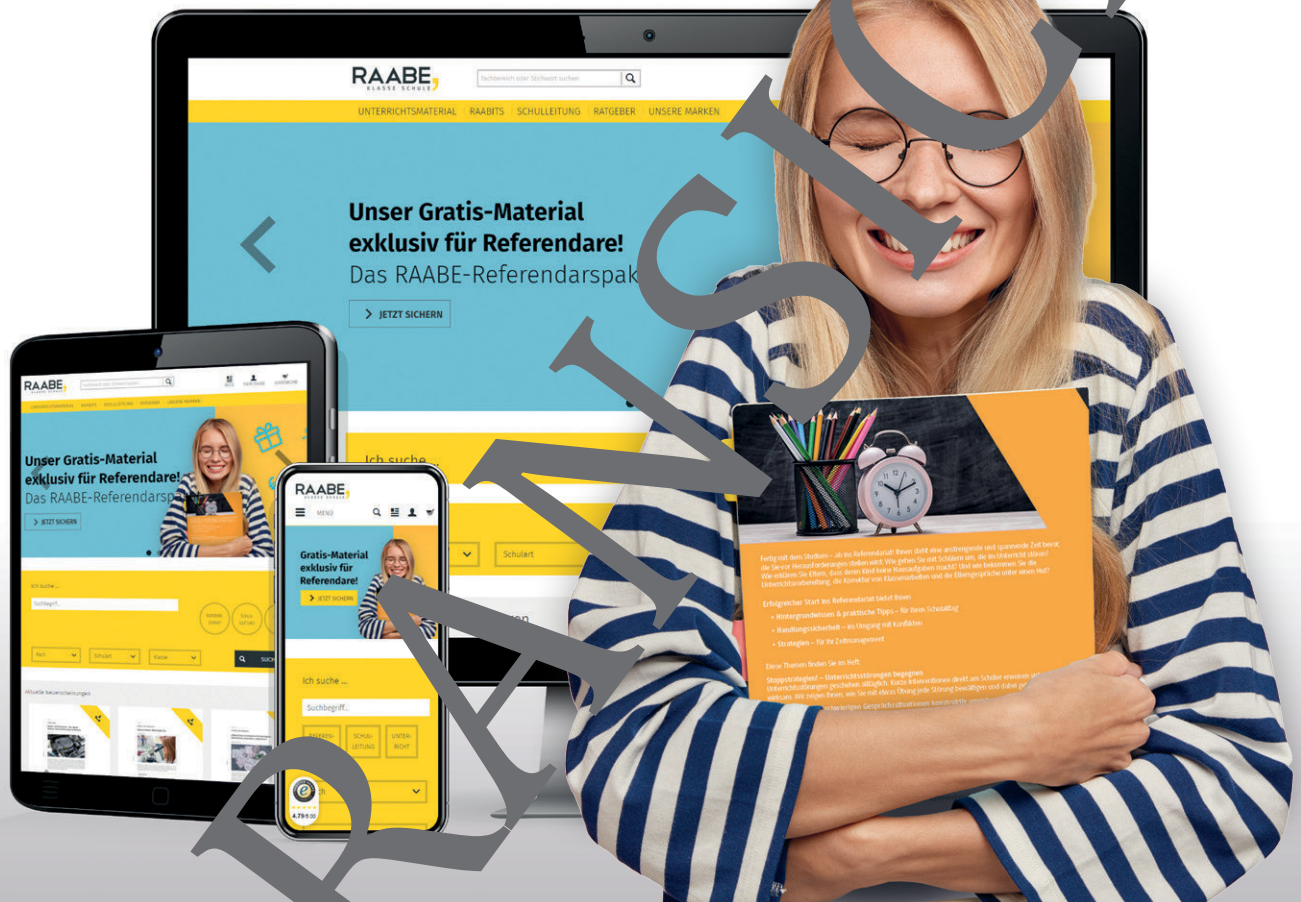
Aufgaben

1. Schneidet die Fotos aus und legt sie in die Mitte eines Tisches.
2. Ordnet die einzelnen Fotos einem Textabschnitt aus M 10a oder M 10b zu.
Tipp: Zwei Fotos gehören zum gleichen Textabschnitt.
3. Überlegt euch nun gemeinsam zu jedem Foto eine passende Bildunterschrift.



Fotos von oben links nach unten rechts: Zerbor//iStock/Getty Images Plus ; Imagesines//iStock/Getty Images Plus, Ja_inter//iStock/Getty Images Plus; urbazon/E+; John Scott/DigitalVision

Sie wollen mehr für Ihr Fach? Bekommen Sie: Ganz einfach zum Download im RAABE Webshop.



✓ **Über 5.000 Unterrichtseinheiten**
sofort zum Download verfügbar

✓ **Webinare und Videos**
für Ihre fachliche und
persönliche Weiterbildung

✓ **Attraktive Vergünstigungen**
für Referendar:innen
mit bis zu 15% Rabatt

✓ **Käuferschutz**
mit Trusted Shops



Jetzt entdecken:
www.raabe.de