



Wie? Wirtschaft erleben 2

Ideen zum Einsatz im Unterricht

Das Arbeitsbuch im Unterricht

Das Arbeitsbuch „Wie – Wirtschaft erleben 2“ führt die didaktischen und methodischen Vorgaben des ersten Arbeitsbuchs dieser Reihe fort.

Es empfiehlt sich, dieses Werkbuch im Fach Wirtschaftskunde bzw. im Politikunterricht der Jahrgangsstufen 8 bis 10 einzusetzen. Auf der Grundlage von „Wie – Wirtschaft erleben 1“ kann dieses Werk als Fortführung – insbesondere im Differenzierungsbereich „Wirtschaftslehre“ der Klassen 9/10 – eingesetzt werden, um eine grundlegende und aufbauende fachwissenschaftliche Systematik zu gewährleisten.

Ein Unterrichtswerk, das den didaktischen und methodischen Ansprüchen der heutigen Zeit genügen soll, muss

- durchgängig von der unmittelbaren Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler ausgehen,

- die wirtschaftlichen Sachverhalte aus der Sicht aller am Prozess beteiligten Gruppen untersuchen,
- die wirtschaftlichen Fachbegriffe systematisch von den Schülerinnen und Schülern selbstständig erarbeiten lassen,
- sich moderner Unterrichtsmethoden bedienen,
- dabei auf zeitgemäße Kommunikationsformen im Unterricht achten.

Der stetig größer werdenden Bedeutung von Online-Informationen wird in diesem Werkbuch Rechnung getragen, indem zu jedem Themenkomplex Aufgaben konzipiert wurden, die von den Schülern und Schülerinnen gezielte Internetrecherchen verlangen. Diese Alternative ist optional formuliert, so dass die Aufgaben auch ohne Internet beantwortet werden können.

Während das erste Arbeitsbuch den Schwerpunkt auf den Bereich „Private Haushalte“ legte, stehen in diesem Werkbuch die Unternehmen im Vordergrund.

Ausgehend vom Markt als Schauplatz des Handels will das Buch elementare wirtschaftliche Zusammenhänge transparent machen und Auswirkungen der Handlungsweisen der Akteure auf die anderen Wirtschaftssubjekte bzw. weitere Bereiche des Wirtschaftskreislaufs verdeutlichen.

Die Schülerinnen und Schüler müssen selbst aktiv werden: Sie ermitteln Gleichgewichtspreise, stellen Berechnungen zu Produktivität und Rentabilität an, recherchieren im Internet zu Marktwert oder Fusionen im Sport und treffen im Rahmen eines Planspiels selbstständig unternehmerische Entscheidungen.

Hierbei ist es von Bedeutung, explizit Wert auf Vermittlung und Anwendung der wirtschaftlichen Fachbegriffe zu legen, die die Schülerinnen und Schüler im Wesentlichen aus den Fallbeispielen und Sachtexten erschließen und in einem „Lexikon“ in allen Kapiteln eigenständig erklären. So wird gewährleistet, dass die notwendige fachwissenschaftliche Sprache eingeübt und angewandt wird.

Als thematische Grundlage bietet sich nach der Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland das Thema Sport an. Nicht nur aufgrund dieses Ereignisses wurde deutlich, dass Sport und vor allen Dingen Fußball nicht nur eine „reine Männersache“ ist: Mehr und mehr Schülerinnen begeistern sich für diesen Sport, dies nicht zuletzt durch die jüngsten Erfolge der deutschen Frauen im Fußball.

„Wie – Wirtschaft erleben 2“ schlägt wie sein Vorgänger die Brücke zur eigenen Erlebniswelt der Schülerinnen und Schüler, indem die wirtschaftlichen Themen in den

Kontext zu Leistungs- und Breitensport gestellt werden. So erschließen sich ihnen Abläufe aus Unternehmen durch den Bezug mit „dem eigenen Leben“ leichter und verständlicher.

Zur Unterrichtsplanung

Die Komponenten der Wirtschaft

Wirtschaft erleben

Im ersten Kapitel **Die Komponenten der Wirtschaft** wird in die elementaren Funktionszusammenhänge von Märkten eingeführt.

Als Vorbereitung oder als Vertiefung zu diesem Kapitel empfiehlt es sich, sich mit den unterschiedlichen Märkten vertraut zu machen. Hierzu kann man mit den Schülerinnen und Schülern den Annoncenteil der Wochenendausgabe einer Tageszeitung studieren. Dabei können die wesentlichen Marktarten herausgearbeitet und mit Hilfe einer Wandzeitung in übergeordneten Begriffen im Überblick dargestellt werden. Im Einzelnen wären dabei Warenmärkte, Dienstleistungsmärkte, Arbeitsmärkte, Geld- und Kapitalmärkte und Immobilienmärkte zu nennen.

Neben diese einzelnen Marktarten können die Schülerinnen und Schüler nun die entsprechenden Annoncen kleben, z. B. neben den Arbeitsmarkt die Ausschreibung einer Stelle als Sekretärin. In einem weiteren Schritt kann man nun versuchen, die verschiedenen Märkte zu definieren: Was versteht man unter einem Kapitalmarkt?

Welche Art von Handel wird dort betrieben? Welche Produkte werden von wem gehandelt?

Zur Überprüfung des dabei Gelernten kann zudem ein Arbeitsblatt erstellt werden. Ausgehend von der Frage „Wie werden die Märkte genannt, auf denen folgende Waren bzw. Dienstleistungen gehandelt werden?“ können nun Beispiele angegeben werden, wie Transport von Möbeln, Drehbänke, kurzfristige Kredite, Gitarrenunterricht etc., die die Schülerinnen und Schüler den entsprechenden Märkten zuordnen sollen. Zur Veranschaulichung empfiehlt es sich, die Seiten 12/13 aus „Wie – Wirtschaft erleben 1“ hinzuzuziehen.

Bei der Einführung des Markt-Preis-Mechanismus sollte beachtet werden, dass die notwendigen Fachbegriffe wie Gleichgewichtspreis, Nachfrage- und Angebotsüberhang exakt definiert werden, bevor die Schülerinnen und Schüler diese in ihr Lexikon übertragen. Auch empfiehlt es sich anhand des auf Seite 14 gewählten Beispiels, die Werte in eine grafische Darstellung übertragen zu lassen, um Angebots- und Nachfrageüberhang bzw. den Gleichgewichtspreis dort selbstständig zu ermitteln. Danach kann das Kapitel auf den Seiten 15 – 17 vertieft werden.

Nachfolgend kann man im Kreisgespräch eine Argumentationsübung anschließen. In schneller Abfolge sollen die Schülerinnen und Schüler auf bestimmte Marktvorgaben reagieren und Ursachen und Folgen benennen können. Beispiel: „Wenn die Nachfrage fällt, was bedeutet das für das Angebot, was für die Nachfrage?“ Oder: „Wenn das An-

gebot steigt, auf welche Marktsituation reagieren die Unternehmen: Angebots- oder Nachfrageüberhang?“

Vertiefend kann in diesem Kapitel noch auf die Begriffe „Käufer- und Verkäufermarkt“ sowie auf die Funktionen des Preises (Signal- und Orientierungsfunktion, Steuerungsfunktion, Anreizfunktion etc.) eingegangen werden.

Einführend in den Abschnitt **Popstars, Fußballprofis und Markenartikel** (S. 18/19) kann man mit einer Art Brainstorming zu der Frage „Was macht deiner Meinung nach den ‚Marktwert‘ eines Markenartikels aus und wodurch unterscheidet sich dieser von dem Marktwert eines Sportprofis?“ beginnen. In einer ersten Einschätzung können die hierbei gewonnenen subjektiven Einschätzungen mit der folgenden Internetrecherche und den dazugehörigen Stellungnahmen konfrontiert werden.

Bei der Behandlung von Unternehmensformen können die Schülerinnen und Schüler sich durch den Check über Gesellschaftsformen in der Bundesliga (S. 20) zusätzlich anhand eines Branchenbuchs weitere Unternehmensformen erschließen und die möglichen Charakteristika dieser Formen darstellen.

Nach der Behandlung der einzelnen Unternehmensformen kann der Unterrichtende zur Ergebnisfestigung das Schema mit den Merkmalen der Rechtsformen von Unternehmen kopieren und vergrößern lassen. Danach empfiehlt es sich, die jeweiligen Merkmale auszuschneiden, die Merkmals-teile zu mischen und sie von den Schüle-

rinnen und Schülern an einer Pinnwand den jeweiligen Rechtsformen zuordnen zu lassen.

Auch kann an dieser Stelle über Vor- und Nachteile der einzelnen Unternehmensformen diskutiert werden, wobei vertiefend die Chancen und Risiken beim Wechsel von einer Unternehmensform in die andere (etwa von der Personengesellschaft zur Kapitalgesellschaft) ermittelt werden könnten.

Nach der Erarbeitung des Abschnitts über Unternehmenszusammenschlüsse (S. 26) können die Schülerinnen und Schüler anhand einer Internetrecherche Beispiele für die unterschiedlichen Formen von Zusammenschlüssen herausfinden und die dabei entstandenen organisatorischen Strukturen an der Pinnwand verdeutlichen. In einem weiteren Schritt – ebenfalls in Form einer Internetrecherche – können dabei am Beispiel einzelner Branchen die Folgen solcher Zusammenschlüsse für die Marktsituation (Marktkonzentration, Oligopolbildung etc.) und den Verbraucher eingeschätzt werden.

Ebenfalls kann man an dieser Stelle die Risiken von Zusammenschlüssen (etwa am Beispiel der problematischen vertikalen Zusammenschlüsse der Mercedes-Benz AG aus früheren Zeiten) für die Unternehmen thematisieren.

Als Vorbereitung auf das Kapitel **Banken und Börse** (S. 30) empfiehlt sich eine Exkursion zu einer Bank. Hierbei können sowohl Art und Umfang der klassischen Bankgeschäfte (Einlagen, Kredite) als auch Themen rund um die Börse (z. B. Aktienhandel, Wertpapierarten) angesprochen werden.

Interessant wäre bei der Behandlung der Aktienkurse auch ein Blick auf den aktuellen Aktienmarkt anhand einer Tageszeitung. Dabei könnte geklärt werden, was unter dem DAX zu verstehen ist, welche Unternehmen dort vertreten sind und wie die Kursschwankungen am Aktienmarkt berechnet werden.

Eine informative Zusammenfassung über die Zusammensetzung der DAX-Rangliste der 30 größten Unternehmen wie auch die neuen Regeln im Leitindex (z. B. können unter bestimmten Bedingungen auch Konzerne mit Sitz im Ausland in den deutschen Leitindex aufrücken) können dem Wirtschaftsteil der Süddeutschen Zeitung vom 8. Juni 2006 entnommen werden.

Anhand des aktuellen Tagesgeschehens (z. B. Betriebsverlagerungen, Fusionen, Stellenabbau etc.) können unter Zuhilfenahme der täglichen Aktienkurse in Zeitungen die jeweiligen Auswirkungen auf den Aktienmarkt beobachtet werden.

Nach Behandlung dieses Abschnitts kann – falls man noch keine Betriebsbesichtigung bei einer Bank durchgeführt hat – der Besuch einer Börse empfohlen werden, wobei die Schülerinnen und Schüler vorbereitend Fragenkataloge zu dem Thema „Markt und Börse“ nach eigener Interessenslage formulieren.

Ebenso wäre an dieser Stelle ein Rollenspiel denkbar. So könnte sich eine Gruppe als Anlageberater für Wertpapiere und Aktien ausgeben, während eine andere Gruppe die Rolle des Kunden übernimmt, der sich bei einer Bank über Anlagemöglichkeiten infor-

mieren will. Beide Gruppen sollten sich zuvor am Wertpapier- und Aktienmarkt kundig machen und mögliche Argumente für oder gegen bestimmte Wertpapiere sammeln.

Bei dem danach stattfindenden Rollenspiel können „Argumentationsstrategien“ entwickelt und „argumentative Flexibilität“ eingeübt werden.

Zum Abschluss dieses umfassenden Kapitels über Grundlagen privater Unternehmen empfiehlt sich eine eingehende Wiederholung der im Glossar aufgeführten Fachbegriffe.

Die privaten Haushalte

Die privaten Haushalte im Kreislauf der Wirtschaft

Einleitend zu dem Kapitel ***Die privaten Haushalte im Kreislauf der Wirtschaft*** empfiehlt sich eine kurze Wiederholung des Abschnitts ***Bedürfnisse*** im Unterrichtswerk „Wie – Wirtschaft erleben 1“ (S. 30), um sich der unterschiedlichen Bedürfnisstrukturen bewusst zu werden. Im Anschluss daran kann bei der Diskussion über freie und knappe Güter problematisiert werden, ob die volkswirtschaftlich getroffene Festsetzung heute noch Geltung hat, insbesondere, wenn man von der Knappheit der freien Güter Wasser und Luft ausgeht.

Um die Veränderungsprozesse der Anzahl der privaten Haushalte (S. 37) bzw. die Konsumausgaben (S. 39) und Sparanteile (S. 41) der privaten Haushalte visuell trans-

parenter zu machen, setzen die Schülerinnen und Schüler diese Veränderung vom Jahre 1970 zu 2004/2005 in grafische Darstellungen um und stellen diese an einer Pinnwand aus. Hierbei könnte das Augenmerk auf Phasen extremer und geringer Veränderungen gelegt werden, um mögliche Hypothesen zu den Ursachen dieser Bewegungen anzustellen.

Vertiefend können über Internetrecherche die Konsumausgaben der privaten Haushalte nach Haushaltsgröße und Alter ermittelt werden. Eine solche Marktanalyse dient den Unternehmen als ein Ausgangspunkt ihrer Unternehmensentscheidungen, z. B. bei der Produktwahl. Methodisch kann diese Recherche als Vorarbeit für das im Kapitel ***Wie arbeitet ein Unternehmen?*** (ab S. 50) stattfindende Planspiel „Gut gebrüllt, Löwe“ – hier insbesondere für die Abteilungen Produkt und Distribution – verstanden werden.

Auf den Zusammenhang von Konsum – Sparen – Investition kann man durch einen internationalen Vergleich näher eingehen. Welche Länder zeichnen sich derzeit durch hohe Konsumbereitschaft aus? In welchen Volkswirtschaften wird eher gespart? Welche Gründe könnte man dazu anführen? Eine Einbeziehung weiterer Daten (z. B. Arbeitslosenquote einer Volkswirtschaft) könnte weitergehende Zusammenhänge vermitteln.

Durch aktuelle Bezüge – etwa die Erhöhung der Mehrwertsteuer 2007 – könnte der Zusammenhang von Kaufentscheidungen bei Preiserhöhungen und die damit verbundene sinkende Kaufkraft der Haushalte näher thematisiert und quantifiziert werden. Wel-

che Waren werden teurer? Um wie viel Prozent? Trifft das auf alle Waren im gleichen Maße zu? Bei welchen Konsumausgaben wird deine Familie wohl am ehesten sparen? Aus welchen Gründen? Wird der Sparanteil dadurch in deiner Familie reduziert?

Es empfiehlt sich, die Einteilung der Länder nach Wirtschaftssektoren im Kapitel **Wachstum, Strukturwandel und Konsum** (S. 40) näher zu konkretisieren. Hierzu können verschiedene EU-Länder (z. B. traditionelle EU-Länder mit Ländern der Osterweiterung) hinsichtlich der Wertschöpfung in den einzelnen Wirtschaftssektoren verglichen werden, um so – im Rückgriff auf das BIP/Einwohner in den entsprechenden Ländern – zu einer Charakterisierung einzelner Ländergruppen zu kommen. Dies kann anhand einer Internetrecherche geschehen, entsprechende Daten lassen sich jedoch auch im Anhang verschiedener Erdkundebücher finden.

Zur Konkretisierung des **Wirtschaftskreislaufs: Private Haushalte im Fokus** (S. 44) könnte die Lehrperson Kurzreferate ausgeben: Was alles versteht man unter Transferleistungen? Wer kann diese beziehen? Welche Voraussetzungen dafür müssen erfüllt sein? Wie hoch sind die jeweiligen Transferleistungen? In welchem Maße belasten sie den Staatshaushalt? Oder: Welche direkten Steuern zahlen private Haushalte an den Staat? Wie verändert sich der Steuersatz bei steigendem Einkommen? Welche indirekten Steuern zahlen die Konsumenten für welche Waren? Wie hoch ist dabei jeweils der Steuersatz?

Die Ergebnisse können in einer Matrix auf der Pinnwand zusammengestellt und disku-

tiert werden. Dabei kann man weiterführend auf aktuelle politische Bezüge eingehen: Wie und in welchem Maße verändert das Gesetz X (z. B. erhöhte Transferzahlungen für junge Familien mit Kindern, Mehrwertsteuererhöhung etc.) die Kaufkraft der Haushalte? Welches veränderte Konsumverhalten ist dabei zu erwarten?

Bei der Recherche über Gründung, Aufgaben und Bereitstellung von Mitteln bei einem Sportverein sollte darauf geachtet werden, dass nicht zu viele Informationen einfließen, da sonst die Gefahr der Überfrachtung besteht. Hier sollte der/die Unterrichtende lenkend bei der Herstellung eines strukturierten Organigramms Einfluss nehmen.

Die Unternehmen

Wie arbeitet ein Unternehmen?

Eine Betriebsbesichtigung wäre natürlich eine ideale Einführung in das Kapitel **Wie arbeitet ein Unternehmen?** (S. 50) Mit gezielten Arbeitsaufträgen könnten hierbei die Tätigkeitsfelder der verschiedenen Abteilungen eines Unternehmens konkretisiert werden.

Um die Leistungsfähigkeit eines Unternehmens zu bewerten, bedarf es wirtschaftlicher Kennziffern wie Produktivität, Wirtschaftlichkeit und Rentabilität. Damit die Formeln zur Berechnung dieser Kennziffern auch zur Anwendung kommen, empfiehlt es sich, den Schülerinnen und Schülern zusätzliche Arbeitsblätter auszugeben. So könnte eine höhere Produktivität (etwa im

Verhältnis von erzeugter Menge und Arbeitsstunden) aufgrund von Rationalisierungsmaßnahmen in einem Unternehmen im Jahresvergleich konkret berechnet werden. Ebenso kann ein Rentabilitätsvergleich (Verzinsung des eingesetzten Kapitals in einem Unternehmen im Vergleich zu einem festen Zinsangebot einer Bank) durchgeführt werden.

Ergänzend kann man die Gewinnberechnung anhand von zugänglichen Bilanzen führender deutscher Aktiengesellschaften konkretisieren. Weiterführend wäre hierbei die Frage zu stellen, warum einige Unternehmen zwar steigende Verkaufserlöse, aber nur geringe Gewinnsteigerungen aufweisen, während andere Unternehmen ihre Gewinne auch ohne nennenswerte Steigerungen der Verkaufserlöse deutlich steigern konnten.

Die im Werkbuch genannten Kosten eines Unternehmens können ergänzt werden, indem man mit den Schülerinnen und Schülern den gesamten Produktionsweg eines Wirtschaftsgutes – von der Entwicklung über die Produktion bis zur Distribution – nachvollzieht. Dabei könnten die Kosten nach fixen und variablen Kosten eingeteilt werden (vgl. auch S. 80 im Werkbuch). Hierzu kann ebenso das Schaubild im Werkbuch (S. 51) herangezogen werden.

Erweiterte Fragestellungen wie z. B.: „Wie kann ein Unternehmen sich verhalten, wenn die Energiekosten in kurzer Zeit erheblich steigen? Gibt es andere Möglichkeiten, als die Preissteigerung auf die Kunden abzuwälzen? Welche Konsequenzen hätten andere Lösungsvorschläge für die anderen Wirt-

schaftssubjekte auf dem Markt?“ können in aktuelle Entscheidungsprobleme von Unternehmen einführen.

Zum Schaubild im Werkbuch (S. 54) über Beschaffung und Absatz können nach Datenvorgabe Berechnungsaufgaben an die Schülerinnen und Schüler ausgegeben werden, wobei wahlweise Erlöse oder Gewinne berechnet werden können.

Ebenso wie beim **Wirtschaftskreislauf: Private Haushalte im Fokus** können auch beim **Wirtschaftskreislauf: Unternehmen im Fokus** (S. 55) Kurzreferate zur Konkretisierung einiger Fachbegriffe (z. B. Arten und Umfang von Import- und Exportausgaben) ausgegeben werden.

Einführend in den Abschnitt **Wie bringe ich mein Produkt an den Mann?** (S. 57) ist ein Brainstorming zu folgender Frage von Vorteil: Was muss alles bedacht werden, bevor man ein neues Produkt auf den Markt bringt? Mit Hilfe einer Pinnwand lässt sich hier schon eine grobe Einteilung der verschiedenen Instrumente des Absatzes vornehmen.

Gut gebrüllt, Löwe

Das Planspiel



1. Phase: Einführung für alle Teilnehmer

Dauer: 2 Stunden einschließlich Hausaufgaben zur Vorbereitung

Bevor die einzelnen Gruppen zum Planspiel eingeteilt werden, sollten die Sachtexte, die allen Gruppen als Grundlage dienen, gemeinsam bearbeitet werden, um einen gleichen Wissensstand zu garantieren. Dabei können viele der hier beschriebenen Aspekte aus der Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler konkretisiert werden: Zu welchem euch bekannten Produkt wird gleichzeitig ein Service angeboten? Welches Image verbindet ihr mit der Marke X? Welche Vor- und Nachteile seht ihr im Franchising, etwa bei McDonald's?

2. Phase: Gruppeneinteilung

Dauer: 2 Stunden einschließlich Hausaufgaben zur Vorbereitung

Nach der Bearbeitung der vorgegebenen fachlichen Aspekte können die Arbeitsgruppen gebildet werden. Um die betriebliche Situation so eng wie möglich zu simulieren, sollten die Gruppen nach dem Zufallsprinzip gebildet werden. Jede Gruppe wählt einen Gruppensprecher, dessen Hauptaufgabe in der Koordination der Arbeitsabläufe liegt. Die Gruppenarbeit selbst erfor-

dert ein hohes Maß an Eigenständigkeit und Verantwortung. Nur wenn die vorgegebenen Aufgaben vollständig erledigt werden, ist eine kontinuierliche Arbeit in der Gruppe möglich. Darauf sollte auf jeden Fall hingewiesen werden.

Es ist sinnvoll, den Schülerinnen und Schülern ein schulisches Empfehlungsschreiben über die Projektarbeit auszustellen, damit sie bei den einzelnen Unternehmen, die gemäß der Aufgabenstellung befragt werden sollen, Gehör finden.

3. Phase: Recherche und erstes Unternehmenstreffen

Dauer: 2 Stunden einschließlich Hausaufgaben zur Vorbereitung

Die Arbeit jeder Gruppe beginnt mit einer Recherche und wird mit einer ersten Empfehlung an die Unternehmensleitung abgeschlossen. Diese Empfehlungen müssen so konkret wie möglich sein und müssen sich begründet aus der eigenen Marktrecherche ableiten lassen.

Bei einem ersten Unternehmenstreffen sollten nur ein bis zwei Sprecher je Abteilung zusammenkommen. Ort der Besprechung sollte ein in der Mitte des Raumes platzierter gemeinsamer Konferenztisch sein. Die übrigen Schülerinnen und Schüler setzen sich kreisförmig um den Tisch. Ähnlich wie

bei der „Fishbowl-Methode“, die besonders im Politikunterricht eingesetzt wird, sollte zusätzlich ein weiterer Stuhl am Konferenztisch platziert werden, auf dem jeder Platz nehmen kann, der zu den jeweiligen Diskussionspunkten weiterführende Argumente vortragen möchte. So wird gewährleistet, dass die Besprechung nicht nur von einigen wenigen geführt wird.

Neben der stichwortartigen Niederschrift der Ergebnisse im Unterrichtswerk empfiehlt es sich, für jede Abteilung ein ausführliches Protokoll anzufertigen, damit gemeinsame Entscheidungen und Strategien erläutert, begründet und auf eventuell auftretende Probleme untersucht werden können.

4. Phase: Vorträge und Erarbeitung der Leitlinien

Dauer: 2 Stunden einschließlich Hausaufgaben zur Vorbereitung

In dieser Erarbeitungsphase geht es um die konkrete Umsetzung der in der Konferenz beschlossenen „Leitlinien“. Hierzu erscheint es notwendig, dass jede Abteilung vor dem Gesamtplenum einen Vortrag über ihre jeweiligen Entscheidungen präsentiert. An diesem Vortrag sollten alle Mitglieder der jeweiligen Abteilungen beteiligt sein. Der Vortrag selbst kann durch den Einsatz moderner Präsentationstechniken (z. B. Power Point) veranschaulicht werden. Nach der jeweiligen Präsentation sollte über die Empfehlungen im Gesamtplenum diskutiert werden. Hierbei muss beachtet werden, ob diese Empfehlungen den Vorgaben des ersten Treffens entsprechen und ob sie hinreichend begründet werden. Gegebenenfalls

sind Korrekturen vorzunehmen. Ebenso wie bei der ersten Konferenz sollte auch hier ein Protokoll angefertigt werden.

5. Phase: Definition der Produktbeschreibung, Abschlussgespräch

Dauer: 2 Stunden einschließlich Hausaufgaben zur Vorbereitung

Nachdem alle Unternehmensempfehlungen hinreichend geprüft wurden, definiert eine Gruppe – unter Verwendung der Protokolle – eine zusammenfassende Produktbeschreibung, in der das Produkt, der Distributionsweg, die Werbung und die Preiskalkulation zur Ermittlung des Angebotspreises eingehend erfasst werden. Diese Produktbeschreibung könnte von der Lerngruppe an verschiedene Hersteller ähnlicher Produkte versandt werden, verbunden mit der Bitte um eine professionelle Einschätzung der Marktchancen für ein solches Produkt durch diese Unternehmen. Die Erfahrung zeigt, dass Unternehmen weit mehr, als man es vorab erwarten würde, bereit sind, auf solche Anfragen einzugehen. Ein Feedback von professioneller Seite wird gewöhnlich auch dann von Schülerinnen und Schülern angenommen, wenn es kritische Punkte aufdeckt.

Eine interne Evaluation in der Lerngruppe kann Möglichkeiten und Risiken eines solchen Planspiels aufdecken. Hierbei wäre der Aspekt eines möglichen Lernzuwachses durch eigenständige Bearbeitung – etwa im Vergleich zu fragend entwickelnden Unterrichtsmethoden – in einem Planspiel in den Vordergrund zu stellen.

International **Kontakte weltweit**

In dem Kapitel **Kontakte weltweit** können die Internetrecherchen in arbeitsteilige Gruppenarbeit vergeben werden, die im Anschluss daran die Ergebnisse unter Einsatz von Medien der Gesamtgruppe präsentieren können.

Der **Wirtschaftskreislauf: Ausland im Fokus** (S. 87) kann durch Diversifizierung der Export- und Importstruktur in die entsprechenden Bilanzen (Leistungs-, Vermögens-, Kapital- und Devisenbilanz) konkretisiert werden. Aktuelle Daten hierzu finden sich im Kapitel 8.3 (Außenwirtschaft) der Veröffentlichung „Wirtschaft – Materialien für den Unterricht“, Herausgeber: Bundesverband deutscher Banken.

Die im Werkbuch aufgeführte Exportpalette Deutschlands (S. 89) kann mit den Exportpaletten anderer wichtiger Industrienationen verglichen werden, um so einen ersten Eindruck über mögliche Marktführerschaften einzelner Länder im Export zu bekommen.

Aktuelle Informationen zur (Teil-)Verlagerung deutscher Unternehmen kann man den Kapiteln 9.1 und 9.2 (Herausforderung Globalisierung) des oben genannten Werks „Wirtschaft – Materialien für den Unterricht“ entnehmen. Hier finden sich auch Informationen über die attraktivsten Standorte der Welt aus der Sicht von 675 international tätigen Unternehmen.

Bei der Beurteilung der Chancen und Risiken der Globalisierung sollte man einen Blick

auf die wirtschaftliche Entwicklung unterschiedlicher Branchen in unserem Land während der letzten Jahrzehnte werfen: Welche Branchen haben Umsatzsteigerungen bzw. Umsatzrückgänge zu verzeichnen? Wie sieht es in diesen Branchen mit dem Bestand an Arbeitsplätzen aus? In welchen Branchen gibt es nach wie vor eine gewisse Marktführerschaft der deutschen Unternehmen am Weltmarkt, welche Branchen sind kaum noch vertreten? Welche Ursachen können dabei angeführt werden?

Der Staat **Staat und Wirtschaft**

In dem Kapitel **Staat und Wirtschaft** können neben den Beispielen zu den verschiedenen Einnahmen des Staates durch Internetrecherche auch quantitative Daten zu den einzelnen Abgaben und Gewinnen ermittelt werden, um die Bedeutung der verschiedenen staatlichen Einnahmequellen zu verdeutlichen.

Ebenso wie in den vorherigen Wirtschaftskreisläufen können beim **Wirtschaftskreislauf: Staat im Fokus** (S. 96) einige Aspekte näher untersucht werden (Art und Umfang der vom Staat gezahlten Löhne und Gehälter; Analyse von staatlichen Käufen).

Wettbewerbsvorteile wie Nachteile werden in einer jeden Volkswirtschaft auch durch die Steuerpolitik (S. 98) eines Staates bestimmt. Je mehr bzw. weniger Steuern von den Wirtschaftssubjekten Haushalte und Unternehmen zu zahlen sind, desto stärker oder geringer gestaltet sich die Kaufkraft

der Kunden bzw. desto teurer oder billiger kann das Angebot der Unternehmen werden. Ein Blick auf zu entrichtende Unternehmensteuern von führenden Industrienationen kann erste Einblicke in die jeweiligen Standortvor- bzw. -nachteile aus dieser Sicht geben.

Interessant wäre es in diesem Zusammenhang auch, die Einstellungen und Programme der politischen Parteien zur staatlichen Steuerpolitik zu untersuchen. Hierbei können durch die Vergabe von Referaten unterschiedliche Prioritäten zu dieser Frage sichtbar gemacht werden.

Zur Konkretisierung der staatlichen Umverteilung von Vermögen und Einkommen kann man sich die veränderten Steuersätze der letzten Steuerreform näher ansehen und für unterschiedliche Einkommensgruppen den jeweiligen Steueranteil am Bruttolohn berechnen lassen.

Die im Anhang des Werkbuchs mitgelieferten Internetseiten können als Grundlage der Recherchen herangezogen werden. Zudem bieten diese Seiten noch eine Vielzahl interessanter Aspekte zu den hier behandelten Frage- und Problemstellungen.

Impressum

Herausgeber
Bundesverband deutscher Banken
Schul|Bank
Burgstraße 28, 10178 Berlin

www.bankenverband.de
www.schulbank.de

Verantwortlich
Anke Papke

Konzept und Gestaltung
MIC GmbH, Köln

Druck und Verarbeitung
MOHN Media
Mohndruck GmbH, Gütersloh

1. Auflage 2006

© Bundesverband deutscher Banken

Materialien aus der SCHUL|BANK Werkbuchreihe



Wie – Wirtschaft erleben 1
Schwerpunkt „Private Haushalte“
Klassenstufe 7 – 9
Politik- oder Wirtschaftsunterricht



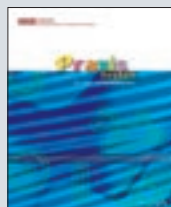
Wie – Wirtschaft erleben 2
Schwerpunkt „Unternehmen“
Klassenstufe 8 – 10
Politik- oder Wirtschaftsunterricht



Das Geldbuch
Schwerpunkt „Verantwortlichen Umgang mit Geld einüben“
Klassenstufe 8 – 10
Politik- oder Wirtschaftsunterricht



Start frei!
Schwerpunkt „Eigene Stärken, Fähigkeiten und Neigungen erkennen“
Klassenstufe 9 – 11
Deutsch- oder Wirtschaftsunterricht



Praxis testen
Schwerpunkt „Betriebspraktikum vorbereiten und begleiten“
Klassenstufe 9 – 11
Deutsch- oder Wirtschaftsunterricht

Informationen und Unterrichtsmaterial für Lehrer



Wirtschaft
Schwerpunkt „Texte und Hintergrundinformationen für den Unterricht“
Klassenstufe 10 – 13
Politik- oder Wirtschaftsunterricht

Umfangreiche Informationen zu allen Publikationen und Bestellmöglichkeit unter www.schulbank.de

bankenverband

BUNDESVERBAND
DEUTSCHER
BANKEN

Bundesverband deutscher Banken
Postfach 04 03 07
10062 Berlin
www.bankenverband.de